

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN DIVISI  
MARKETING PT. INDOLAKTO**

**SANTI WULANDARI  
8223154377**



**Laporan Praktik Kerja Lapangan ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2018**

**FIELD WORK PRACTICE REPORT MARKETING DIVISION  
PT. INDOLAKTO**

**SANTI WULANDARI  
8223154377**



**This scientific paper arranged to meet one of the requirements to get the title  
of the Experts Associate at Faculty Of Economics University of Jakarta**

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII  
FACULTY OF ECONOMICS  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2018**

## LEMBAR EKSEKUTIF

**SANTI WULANDARI. 8223154377. Laporan Praktik Kerja Lapangan di PT. INDOLAKTO, Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta 2015.**

Laporan ini ditulis untuk menginformasikan kegiatan praktikan selama Praktik Kerja Lapangan pada Divisi Pemasaran PT. Indolakto. Praktikan melaksanakan PKL di PT. Indolakto selama dua bulan dari tanggal 10 Juli hingga 31 Agustus 2017.

Praktikan ditugaskan dan ditempatkan di Divisi Pemasaran. Tugas praktikan di Divisi Pemasaran antara lain menginput data *project summary* ke sistem informasi PT. Indolakto, merekap biaya pada surat klaim, mengganti surat klaim fotokopi dengan surat klaim yang asli untuk diserahkan ke Divisi Keuangan.

Kata Kunci: Praktik Kerja Lapangan, divisi pemasaran, PT. Indolakto

## EXECUTIVE SUMMARY

**Santi Wulandari. 8223154377. Internship report at PT. Indolakto.**  
***Department of marketing management. Faculty of economics. State University of Jakarta.***

*This report was written to inform self practitioner activities for internship in the Marketing Division of the PT. Indolakto. Self practioner carry out street vendors in PT. Indolakto for two months from the date of July 10, 2017 until August 31, 2017.*

*Self practioner assigned and placed at Marketing Division. Self practioner has assigned at Marketing Division, such as for input project summary on PT. Indolakto system information, recapping charges on claim letter, and also replace an original claim letter with the copy for financial division.*

*Keywords : Internship, Marketing Division, PT. Indolakto*

## LEMBAR PENGESAHAN

Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran

Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta



Dra. Sholikhah, M.M.

NIP. 19620623 199003 2 001

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Ketua Penguji

Dra. Sholikhah, M.M.

NIP. 19620623 199003 2 001

Penguji Ahli



18-01-2018

Dra. Umi Mardiyati, M.Si

NIP. 19570221 198503 2 002

Dosen Pembimbing



18-01-2018

M. Edo S. Siregar, S.E., M.BA

NIP. 19720125 200212 1 002



18-01-2018

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya praktikan diberikan kesehatan dan kemudahan sehingga praktikan dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang telah dilaksanakan selama dua bulan di PT. Indolakto dengan baik.

Praktikan mendapatkan bimbingan dan saran baik pada pelaksanaan PKL maupun saat melakukan penulisan laporan PKL. Oleh karena itu, dengan tulus hati praktikan menyampaikan ucapan terima kasih kepada Bapak, Ibu, serta Kakak tercinta terima kasih atas doa dan semangatnya sehingga laporan ini dapat selesai. Praktikan juga ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. M. Edo S. Siregar, SE., M.B.A selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu praktikan dalam proses penulisan laporan praktik kerja lapangan ini.
2. Dr. Dedi Purwana S.E, M.Bus, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Sholikhah, M.M, selaku Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran.
4. Bapak Achyul Supriyatna yang membimbing praktikan dalam menjalankan PKL di PT. Indolakto.

5. Seluruh karyawan PT. Indolakto yang tidak dapat praktikan sebutkan satu per satu, dan tanpa mengurangi rasa hormat praktikan.
6. Dan teman-teman Fakultas Ekonomi Program Studi D3 Manajemen Pemasaran angkatan 2015 yang telah memberikan dukungan yang tulus untuk praktikan.
7. Semua pihak yang tidak dapat praktikan sebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih praktikan atas kebaikan yang telah anda semua berikan selama ini.

Praktikan menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, praktikan mengharapkan segala kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, Januari 2018

Praktikan

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR EKSEKUTIF .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang PKL.....	1
B. Maksud dan Tujuan PKL .....	4
C. Kegunaan PKL .....	5
D. Tempat PKL .....	6
E. Jadwal Pelaksanaan PKL .....	6

### **BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

A. Sejarah Perusahaan.....	10
B. Struktur Organisasi .....	16
C. Kegiatan Umum Perusahaan .....	24

### **BAB III PELAKSANAAN PRAKTEK KERJA LAPANGAN**

A. Bidang Kerja .....	46
B. Pelaksanaan Kerja .....	46
C. Kendala Yang Dihadapi .....	61
D. Cara Mengatasi Kendala .....	62

### **BAB IV KESIMPULAN**

A. Kesimpulan .....	63
B. Saran.....	63

### **DAFTAR PUSTAKA** **LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel I.1.	<i>Market Share</i> Susu Cair dalam Kemasan Tahun 2013 – 2017	3
Tabel II.1.	Exportir Produk PT. Indolakto	14
Tabel II.2.	Importir Bahan Baku Produk PT. Indolakto	15
Tabel II.3.	Daftar Harga Produk PT. Indolakto	36
Tabel II.4.	Titik Distribusi Produk PT. Indolakto	37
Tabel II.5.	Daftar Modern Trade yang Bekerjasama dengan PT. Indolakto	39
Tabel III.1.	Lembar Biaya pada Surat Klaim PT. IAP	56
Tabel III.2	Hasil Rekap Biaya pada Surat Klaim PT. IAP	57

## DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar II.1.	Struktur Organisasi Divisi <i>Diary</i>	16
Gambar III.1.	Project Summary PT. Indolakto	47
Gambar III.2.	Sistem Informasi PT. Indolakto Kosong	50
Gambar III.3	Sitem Informasi PT. Indolakto yang Telah Diisi Data <i>Project Summary</i>	53
Gambar III.4	<i>Project Summary</i> Tersimpan	54
Gambar III.5.	<i>Flowchart Project Summary</i>	55
Gambar III.6.	<i>Flowchart</i> Merekap Biaya Surat Klaim PT. IAP	58
Gambar III.7.	<i>Flowchart</i> Mengganti Surat Klaim yang Asli dengan Surat Klaim Fotokopi	60

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Surat Permohonan Izin PKL
Lampiran 2	Daftar Hadir PKL
Lampiran 3	Surat Balasan PKL
Lampiran 4	Penilaian PKL
Lampiran 5	Tabel Kegiatan PKL

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Susu merupakan cairan putih bergizi yang dihasilkan dari kelenjar mamalia, salah satunya berasal dari hewan ternak yaitu sapi. Manusia sering memanfaatkan susu sebagai salah satu minuman bergizi pelengkap hidangan mereka. Aneka olahan susu dapat dijadikan sebagai bahan pembuat kue, puding ataupun minuman yang dihidangkan saat pagi hari. Masyarakat tentu membutuhkan susu dengan kualitas terbaik untuk dikonsumsi. Umumnya, susu dengan kualitas terbaik berasal dari perahan sapi langsung, karena kadar kemurnian tersebut mengandung nilai gizi yang sangat tinggi. Namun di zaman modern seperti sekarang ini, tidak banyak masyarakat yang bersedia mendapatkan susu dengan memerah sendiri.

Kecendrungan menginginkan sesuatu yang serba instan, menjadikan masyarakat membutuhkan susu dengan cara yang praktis dan cepat tanpa melalui proses pemerahan. Berbeda dengan masyarakat pedesaan yang dapat dengan mudah memproduksi susu perahan langsung. Bahkan berternak menjadi pekerjaan utama mereka. Karena itulah, masyarakat pedesaan dapat memproduksi susu dalam jumlah banyak untuk di jual di kota-kota besar. Kesempatan ini tentu dimanfaatkan oleh produsen susu di desa-desa untuk memasarkan produknya di kota.

Namun, tidak semua susu yang dihasilkan bisa langsung laku terjual. Tentu membutuhkan strategi pendistribusian dan taktik pemasaran tertentu hingga membutuhkan rentang waktu yang cukup lama. Hal ini tentu bertentangan dengan usia kadaluarsa yang dimiliki susu perahan sapi murni. Masa kadaluarsanya hanya bertahan dalam hitungan jam setelah proses pemerahan. Usia tersebut dapat diperpanjang jika susu dimasukkan ke dalam lemari pendingin, namun hal ini bisa mengurangi kadar kesegaran susu itu sendiri. Fakta-fakta inilah yang menjadi tantangan tersendiri bagi para produsen susu untuk dapat mengolah susu tersebut agar bisa bertahan sampai di tangan konsumen, tanpa mengurangi kesegaran dan kandungan gizi yang terkandung didalamnya.

Untuk menarik minat konsumen, susu tidak hanya diproduksi dalam bentuk cair, tersedia pula dalam varian lainnya seperti susu kental manis dan susu bubuk. Kreativitas para produsen susu juga tidak berhenti sampai disitu. Dahulu kita mengenal susu dengan rasa tawar, namun para produsen susu kini berlomba untuk memproduksi susu dengan varian rasa lain. Varian rasa tersebut diantaranya adalah rasa coklat dan rasa buah-buahan seperti stroberi, melon, dan pisang. Hal itu pula yang dilakukan oleh PT. Indolakto sebagai salah satu *dairy manufacture* di Indonesia. PT. Indolakto mencoba berinovasi melalui rasa buah-buahan yang terdapat didalam produknya. Varian rasa tersebut adalah rasa melon dan rasa pisang, yang tidak ada didalam produk susu lain sehingga dapat menjadi

salah satu pembeda produk Indomilk dengan produk susu kemasan lainnya.

Tidak hanya pembeda produk satu dengan yang lain, tapi pembeda tersebut haruslah dibutuhkan oleh konsumen, sehingga diferensiasi dapat meningkatkan penjualan suatu produk dan menjadi alasan mengapa konsumen harus membeli produk 'X' dibandingkan produk yang lain. Di Indonesia, ada setidaknya lima merek utama yang menguasai pasar susu cair dalam kemasan. Kelima merek tersebut berlomba menciptakan produk terbaik dengan diferensiasi tertentu agar dapat memenangkan persaingan dalam hal penjualan. Berikut adalah posisi susu Indomilk dibandingkan dengan keempat kompetitornya yaitu Frisian Flag, Ultramilk, Bearbrand dan Milo dalam empat tahun terakhir :

**Tabel I.1**  
**Market Share Susu Cair Dalam Kemasan Tahun 2013 – 2017**

Merek Produk	Market Share				
	2013	2014	2015	2016	2017
Frisian Flag	23,7%	15,8%	15,6%	23,0%	21,2%
Ultra milk	32,7%	36,4%	36,1%	44,1%	44,7%
Indomilk	22,5%	18,0%	21,6%	19,0%	17,4%
Bearbrand	4,8%	5,6	7,3	5,0%	6,0%
Milo	6,2%	9,1%	8,1%	3,3%	4,1%

*Sumber : [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) tahun 2013 -2017*

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa *market share* Indomilk menempati urutan ketiga sejak tahun 2013 hingga tahun 2017. Hal ini menunjukkan bahwa Indomilk masih perlu meningkatkan penjualan untuk bisa mengalahkan para pesaingnya. Tentu menjadi pekerjaan rumah bagi PT. Indolacto khususnya divisi pemasaran, karena pemasaran merupakan

salah satu ujung tombak bagi tinggi rendahnya angka penjualan di sebuah perusahaan. Oleh karena itu, PT. Indolakto berusaha memaksimalkan sumber daya manusia pada divisi pemasaran. Salah satu caranya dengan membuka program Praktek Kerja Lapangan (PKL) bagi mahasiswa guna membantu pekerjaan pada divisi tersebut.

Pada Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, praktikan memperoleh kesempatan untuk melakukan PKL di PT. Indolakto tepatnya di Kantor Pusat di Wilayah Jakarta Timur. PT. Indolakto merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan minuman dan makanan berbahan dasar susu, yang terus memiliki inovasi dalam mengembangkan produknya. Praktikan memilih PT. Indolakto karena ingin mempelajari strategi pemasaran yang diterapkan perusahaan tersebut. Selain itu, pelaksanaan PKL ini merupakan sarana pembelajaran untuk menambah pengetahuan, wawasan, dan pengalaman dalam menghadapi dunia kerja sesungguhnya. Kegiatan PKL juga merupakan salah satu syarat kelulusan mahasiswa dalam memperoleh gelar AhliMadya (A.md) pada Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta. Dengan demikian praktikan tertarik untuk mempersiapkan diri untuk menjadi lulusan yang mampu diandalkan di perusahaan khususnya di bidang pemasaran.

## **B. Maksud dan Tujuan PKL**

Adapun maksud pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan oleh praktikan adalah sebagai berikut:

1. Memberikan gambaran dunia kerja yang sebenarnya kepada praktikan sebagai bekal untuk kemudian hari.
2. Melatih praktikan untuk mengembangkan kemampuan berpikir dan kreatifitas pada bidang pemasaran khususnya mengenai promosi.
3. Mengetahui bagaimana teknik suatu perusahaan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan.
4. Meningkatkan pengetahuan dan wawasan serta keterampilan dalam hal pekerjaan dibidang pemasaran.

Tujuan dilaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) oleh praktikan adalah sebagai berikut :

1. Memperoleh gambaran dunia kerja yang sebenarnya kepada praktikan.
2. Untuk mengetahui promosi yang dilakukan PT. Indolakto yang terdapat pada *Project Summary*.
3. Memperoleh pengetahuan dan wawasan serta keterampilan dalam mengarsipkan dokumen.

### **C. Kegunaan PKL**

Dilaksanakannya PKL selama 40 hari kerja ini, praktikan mempunyai harapan agar dapat memberikan kegunaan kepada pihak-pihak terkait, antara lain:

1. Bagi Praktikan
  - a. Praktikan memiliki kemampuan untuk membuat proposal kegiatan promosi.



- b. Meningkatnya wawasan praktikan dalam hal tata kelola arsip dan dokumentasi.
- 2. Bagi Fakultas Ekonomi UNJ
  - a. Menjalin kerjasama dengan perusahaan.
  - b. Mengetahui keefektifan dari kurikulum yang sudah diterapkan di perkuliahan dengan dunia kerja sesungguhnya, sehingga dapat membuat suatu kurikulum yang dibutuhkan dalam dunia kerja.
- 3. Bagi Perusahaan
  - a. Merupakan sarana untuk mengembangkan hubungan kerjasama antara perusahaan dengan perguruan tinggi negeri khususnya Universitas Negeri Jakarta di masa yang akan datang.
  - b. Mendapatkan tambahan tenaga kerja *marketing* untuk mempercepat pencapaian target perusahaan.

#### **D. Tempat Praktik Kerja Lapangan**

Tempat Praktik Kerja Lapangan

Praktikan memperoleh kesempatan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada perusahaan:

Nama Perusahaan : PT. Indolakto

Tempat : Jl. Raya Bogor km 26,6 Jakarta 13710

Nomor Telepon : 021 – 8710211

#### **E. Jadwal Pelaksanaan PKL**

Jadwal waktu praktikan melaksanakan PKL di PT. Indolakto kurang lebih selama dua bulan terhitung dari tanggal 10 Juli 2017 sampai

dengan tanggal 31 Agustus 2017. Praktikan melaksanakan PKL dari hari Senin sampai dengan hari Jumat dan waktu kerja dimulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Dalam proses persiapan pelaksanaan PKL dibagi tiga tahap yaitu:

Dalam proses pelaksanaan PKL dibagi di 3 tahap, yaitu:

1. Tahap Persiapan PKL

- a. Pada tanggal 8 Mei 2017 praktikan meminta surat pengantar untuk membuat surat izin permohonan PKL yang telah ditandatangani oleh Ibu Umi Mardiyati M.Si selaku KaProdi D3 Manajemen Pemasaran. Setelah praktikan mendapatkan tanda tangan yang dibutuhkan, praktikan mengajukan surat pengantar tersebut ke Biro Administrasi dan Kemahasiswaan.
- b. Pada tanggal 15 Mei 2017, praktikan mengambil surat izin yang telah selesai dan menuju PT. Indolakto untuk mengajukan permohonan izin PKL.
- c. Pada tanggal 27 Mei 2017, praktikan mendapat kabar dari pihak *Marketing Trade* PT. Indolakto bahwa praktikan diterima untuk PKL di perusahaan tersebut dan diminta untuk melaksanakan wawancara pada tanggal 29 Mei 2017 di PT. Indolakto
- d. Pada tanggal 29 Mei 2017, praktikan melaksanakan wawancara di PT. Indolakto, hasil wawancara akan di informasikan kemudian hari oleh pihak HRD PT. Indolakto.

e. Pada tanggal 7 Juni 2017, praktikan mendapatkan kabar dari pihak HRD PT. Indolakto bahwa praktikan harus menyerahkan hasil tes kesehatan berupa :

1. Analisis Darah (Widal dan HbSAg)
2. Photo *Thorax*

f. Pada tanggal 19 Juni 2017 praktikan menyerahkan hasil tes kesehatan tersebut ke PT. Indolakto dan hasilnya akan dikabarkan kemudian.

g. Pada tanggal 21 Juni hasil tes kesehatan telah diperiksa oleh dokter PT. Indolakto dan praktikan diperbolehkan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan pada tanggal 10 Juli 2017.

## 2. Tahap Pelaksanaan PKL

Setelah mendapat panggilan untuk datang pada tanggal 10 Juli 2017, praktikan melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Indolakto Jl. Raya Bogor KM 26,6, Kecamatan Pasar Rebo, Jakarta Timur 13710. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan dimulai pada tanggal 10 Juli 2017 dan berakhir pada tanggal 31 Agustus 2017 dan waktu kerja dilaksanakan dari hari Senin sampai dengan hari Jumat. Pelaksanaan kerja yang dilakukan di PT Indolakto dimulai pada jam 08.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.

## 3. Tahap penulisan Laporan PKL

Setelah praktikan menyelesaikan praktik kerja di perusahaan yang bersangkutan, praktikan diberikan tugas membuat laporan PKL.

Praktikan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan memulai menyusun laporan Praktik Kerja Lapangan pada tanggal 17 Juli 2017 hingga selesai.

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM TEMPAT PKL**

#### **A. Sejarah Perusahaan**

*Australian Dairy Produce Board* (Dewan Hasil Peternakan Susu Australia) telah mendapat pengalaman dan hasil yang memuaskan dalam mendirikan pabrik-pabrik pengolahan susu di Filipina, Thailand, dan Singapura yang dilakukan dalam rangka menjalin kerja sama dengan pemilik modal setempat. Dorongan dan kesempatan untuk melakukan usaha serupa di Indonesia terbuka lebar setelah disahkan Undang Undang Penanaman Modal Asing No. 1 Tahun 1967 oleh Pemerintah Indonesia.

Pada tanggal 23 september 1967 anggota *Australian Dairy Produce Board* yang terdiri dari Tuan Roberts selaku ketua, J.P Norton selaku wakil ketua dan S.F Barnes selaku penanggung jawab proyek mengadakan kunjungan ke Jakarta. setelah mengadakan perundingan dengan direksi P.D. & I. Marison N.V yang terdiri dari Tuan Usman Zahiruddin dan Drs. Nahar Zahiruddin dan juga dengan pejabat tinggi pemerintah, mengajukan suatu permintaan izin untuk mendirikan pabrik pengolahan susu di Jakarta dalam bentuk *joint venture* dengan P.D. & I. Marison N.V.

Pada tanggal 3 November 1967 permohonan izin *joint venture* tersebut disetujui oleh Dewan Pertimbangan Penanaman Modal Asing, dan pada tanggal 15 Desember 1967 ditandatangani Akte Pendirian Perusahaan baru yang dinamakan PT. *Australian Indonesian Milk Industries*. Perusahaan ini

memproduksi susu kental manis, susu bubuk, susu pasteurisasi & *creamy butter*. Perusahaan ini didirikan dengan modal sebesar US \$ 750.000 dan di samping itu juga mendapat bantuan dari *Australian Dairy Produce Board* berupa pinjaman uang sebesar US \$ 880.000 untuk pembelian pabrik dan semua perlengkapan yang diperlukannya.

Sebagai Dewan Komisaris Perusahaan baru itu ditunjuk untuk mewakili *Australian Dairy Produce Board*, Tuan E.G Roberts O.B.E (Presiden Komisaris), E.G McCartney dan H.A Stone O.B.E dan sebagai wakil P.D & I. Marison N.V, Tuan Usman Zahiruddin (Wakil Presiden Komisaris) dan Janis Zahiruddin. Para pemegang saham membentuk Dewan Direksi sebagai berikut : Tuan J.P Norton O.B.E (Ketua), tuan S.F Barnes (Direktur Eksekutif dan Project Manager) dan Drs. Nahar Zahiruddin (Direktur Eksekutif).

Kemudian diadakan kontrak manajemen antara perusahaan baru itu dan *Asia Dairy Industries (H.K) Ltd.*, yaitu perusahaan yang tergabung dalam *Australian Dairy Produce Board* dan yang mengkhususkan diri di bidang manajemen. Berdasarkan kontrak itu, *Asia Dairy Industries* disertai tanggung jawab atas segi teknis dan administratif. Juga diadakan persetujuan bahwa P.D & I. Marison N.V ditunjuk sebagai distributor hasil produksi perusahaan baru itu untuk seluruh Indonesia. Pada permulaan 1968 diadakan pembelian sebidang tanah seluas 3 Ha yang terletak di Gandaria, Jakarta Timur, di Jalan Raya Jakarta-Bogor, dan pada tanggal 1 Mei 1968 dimulai pekerjaan pembangunan pondasi untuk suatu kompleks pabrik modern dengan luas bangunan yang berjumlah 6000 m<sup>2</sup>. Dalam rencana bangunan termasuk juga

fasilitas kesejahteraan pegawai ( termasuk ruang ibadah) dan pemboran dua sumur dalam sebagai sumber air.

Menjelang akhir tahun 1968, selesailah pekerjaan kontruksi bangunan pabrik. Pemasangan peralatan dan mesin mesin dimulai pada bulan desember, dan pada bulan Juni 1969 pabrik telah siap untuk mulai produksi. PT. Australian Indonesian Milk merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pengolahan susu dan merupakan salah satu pelopor penanaman modal asing di Indonesia. PT Indomilk merupakan perusahaan *Joint Venture* antara Indonesia dan Australia .

Manfaat yang ditimbulkan dengan didirikannya industri pengolahan susu modern ini bagi Indonesia, antara lain dapat dicapainya penghematan devisa sebesar lebih dari 50% Indonesia memiliki industri baru yang menciptakan lapangan kerja untuk tenaga setempat, persediaan protein susu yang mengandung kadar gizi akan bertambah dan dapat dibeli dengan harga murah, pembelian susu segar hasil produksi peternakan melalui GKSI daerah Jawa Barat bersama dengan 200 karyawan, pengembangan produk dan usaha terus dilakukan hingga diluncurkan produk lainnya seperti susu pasteurisasi merek Indomilk pada tahun 1970 , produk mentega dengan merek *Orchid Butter* dan untuk merek *Golden Churn* pada tahun 1971, produk es krim untuk merek *Peter Ice Cream* pada tahun 1972, serta susu bubuk Indomilk yang diproduksi dengan sistem *toll manufacturing* pada tahun 1985.

Pada tahun 1986 PT. Indomilk memperoleh status PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) setelah terjadinya alih teknologi dan permodalan. Produk

berikutnya yang diluncurkan setelah perubahan status ini adalah susu kental manis Cap Enak. Tahun 1988 susu kental manis produksi Indomilk telah diimpor oleh berbagai negara seperti Malaysia, Singapura, Bangladesh, Vietnam, Myanmar, Taiwan, Timur Tengah, Afrika dan Amerika Latin.

Sejalan dengan perkembangan usaha, Indomilk Dairy Group telah melahirkan beberapa perusahaan dengan produknya masing-masing bersama dengan 2.651 karyawan. Hingga tahun 2008, Indomilk Dairy Group telah menaungi beberapa anak perusahaan dan berbagai produk susu sebagai berikut: PT. Australian Indonesian Milk Industries ( PT. Indomilk ) yang memproduksi susu kental manis, susu pasteurisasi, mentega dan susu cair steril, PT. Indomurni Dairy Industries tahun 1995, bertempat di Pandaan yang memproduksi susu cair, PT. Indolakto tahun 1996, bertempat di Cicurug yang memproduksi susu kental manis dan susu *ultra high temperature*, dan yang terakhir PT. Indoeskrim tahun 1998, bertempat di Cicurug 2 yang memproduksi es krim.

Menghadapi era globalisasi, PT. Indolakto sudah siap berekspansi ke pasar internasional karena produk – produknya memenuhi kualitas internasional. Untuk mempersiapkan jaringan internasional seperti Negara-negara ASEAN, Australia dan Wilayah Timur Tengah sebagai tujuan ekspor produk PT. Indolakto.

Menurut data pada tabel II.1, negara pengekspor produk PT. Indolakto hanya ada 13 negara dari seluruh dunia. Hal tersebut tentu masih terbilang sedikit untuk perusahaan sebesar ini.



**Tabel II.1**  
**Exportir Produk PT. Indolakto**

No	Benua	Negara
1.	Asia	Brunei Darussalam
2.	Afrika	Kamboja, Timor Leste, Maladewa, Korea, Jepang, Afganistan
3.	Australia dan Kepulauan Pasifik	Fiji, Papua New Guinea, Honiara

*Sumber : Diambil dari data internal perusahaan*

Bahkan pada Benua Eropa, tidak ada satu pun negara pengekspor produk Indomilk. Menurut keterangan yang praktikan dapat dari salah satu karyawan, hal tersebut disebabkan karena susu telah menjadi kebutuhan primer bagi Bangsa Eropa, terutama pada Negara Belanda, Inggris, dan Amerika. Negara-negara tersebut telah lebih dulu menemukan dan mengembangkan produk berbahan dasar susu. Sehingga, akan sulit bagi PT. Indolakto memasuki pasar Eropa. Kuatnya persaingan yang ada membuat PT. Indomilk hanya memfokuskan pemasaran pada Benua Asia, Australia, dan Benua Afrika.

Setiap produk yang telah berkembang tentu tidak lain karena pengaruh bahan baku yang terkandung didalamnya. Bahan baku pada produk PT. Indolakto bersumber dari dalam negeri maupun luar negeri. Untuk bahan baku yang berasal dari dalam negeri, PT. Indolakto langsung mengambil dari Koperasi Unit Desa (KUD) di beberapa daerah di Pulau Jawa. Susu yang berasal dari KUD tersebut merupakan hasil pembelian dari beberapa peternakan di daerahnya. KUD – KUD tersebut ialah KUD Peternakan Bandung Selatan, KUD Peternakan Boyolali, Koperasi DKI Jakarta, Kopi Susu

Taman Sidoarjo dan masih banyak lagi. Selain itu, untuk dapat menjaga kualitasnya, bahan baku produk Indomilk juga bersumber dari negara lain.

Berikut adalah sumber bahan baku yang bersumber dari negara lain :

**Tabel II.2**  
**Importir Bahan Baku Produk PT. Indolakto**

No	Negara	Bahan Impor
1.	Amerika	Skim Milk Powder
2.	New Zealand	Skim Milk Powder dan Wall Milk Powder
3.	Perancis	Skim Whey Powder
4.	Australia	Skim Milk Powder

*Sumber : Diambil dari data internal perusahaan*

Untuk memperkuat sinergi dalam badan perusahaan, maka pada bulan April 2008 dilakukan merger terhadap PT. Australia Indonesian Milk Industries (PT. Indomilk), PT. Indomurni Dairy Industries, PT. Ultrindo, PT. Indomilk dan PT. Indoeskrim ke dalam satu payung usaha, yaitu PT. Indolakto. Pada Tahun 2009, Indolakto telah diakuisisi oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk.

Adapun visi, misi dan nilai PT. Indolakto adalah sebagai berikut :

### **Visi**

Menjadi pemimpin pasar susu di Indonesia dan membangun citra terkemuka di negara lain melalui produk-produk berkualitas

### **Misi**

Menciptakan nilai tambah perusahaan yang berkelanjutan dengan

menghadirkan produk PT. Indolakto yang berkualitas di seluruh dunia melalui manajemen usaha yang baik dan pemanfaatan peluang kerjasama dengan pihak asing maupun dalam negeri dengan sebaik-baiknya.

### Nilai

Dengan disiplin sebagai falsafah hidup, kami menjalankan usaha kami dengan menjunjung tinggi Integritas, Kami Menghargai seluruh pemangku kepentingan dan secara bersama-sama membangun Kesatuan untuk mencapai Keunggulan dan Inovasi yang berkelanjutan.

### B. Struktur Organisasi



**Gambar II. 1**

**Struktur Organisasi Divisi *Diary***

*Sumber : Diambil dari data internal perusahaan*

Struktur organisasi PT. Indolakto berbentuk gabungan divisional dan fungsional dimana kebijakan dan wewenang diberikan oleh pimpinan kepada bawahan sesuai dengan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Pimpinan setiap departemen dapat memberikan perintah kepada semua staf dan anggota yang ada sesuai dengan bidang kerjanya. Sedangkan pada divisi marketing, dibagi lagi ke beberapa bagian sesuai dengan produknya, yaitu *marketing* susu kental manis dan *indulgence*, dan marketing *liquid* dan *powder*.

Adapun tugas, wewenang, dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan pada PT. Indolakto Kantor Penjualan Wilayah Jakarta yang berkaitan dengan saluran distribusi dalam penjualan adalah sebagai berikut:

#### 1. ***Dairy Division Head***

Memiliki tugas memimpin perusahaan dan bertanggung jawab

- a. Melakukan koordinasi dan pengendalian segala bentuk kegiatan di bidang administrasi keuangan, kepegawaian dan penjualan.
- b. Memimpin seluruh dewan atau komite eksekutif.
- c. Bertindak sebagai perwakilan organisasi dalam hubungannya dengan pihak luar.
- d. Menawarkan visi dan imajinasi di tingkat tertinggi (biasanya bekerja sama dengan MD atau CEO).
- e. Melakukan pengendalian keuangan, mulai dari pendapatan, hasil penagihan rekening penggunaan air dari langganan, dan sejenisnya.

- f. Memimpin rapat umum, dalam hal; untuk memastikan pelaksanaan tata tertib; menjelaskan dan menyimpulkan tindakan dan kebijakan; memastikan keadilan dan kesempatan bagi semua untuk berkontribusi secara tepat; dan mengarahkan diskusi kearah *consensus*.
- g. Melaksanakan tugas tanggung jawab dari direktur perusahaan sesuai dengan standar etika dan hukum, serta sebagai referensi dalam (apapun standar dokumen kebijakan direktur yang mungkin digunakan).

## 2. *Deputy Dairy Division Head*

Bertanggung jawab kepada *Division Head*, Tugasnya sebagai berikut :

- a. Menentukan dan menetapkan prosedur kegiatan perusahaan pada masing-masing manajer untuk mencapai sasaran yang diinginkan perusahaan.
- b. Menetapkan tujuan dan misi dari tiap-tiap manajer yang dibawahinya.
- c. Melakukan pengawasan, kontroling dan mengkoordinir kegiatan-kegiatan dari manajer secara berkala dan pertanggung jawabannya.
- d. Menyusun dan menetapkan kebijakan operasional perusahaan untuk jangka pendek.
- e. Mengadakan pengangkatan, pemberhentian, atau mutasi (pemindahan) karyawan beserta gajinya

### 3. *Chief Administration Officer*

Bertanggung jawab kepada *Deputy Division Head*. Tugasnya sebagai berikut:

- a. Mengurus dan mengerjakan semua laporan dan dokumentasi harian yang menyangkut finansial
- b. Membuat Surat – Menyurat/kontrak kerja perusahaan kepada perusahaan lain
- c. Membuat dan mengatur jadwal harian bagi direktur, dimana termasuk pengaturan jadwal meeting, tanda tangan kontrak, *event*, *traveling* dan jadwal lainnya
- d. Mencari informasi dan melakukan konfirmasi untuk ketersediaan tanggal kepada setiap artis/*talent* guna kepentingan suatu *event*
- e. Mengatur jadwal *event*, keberangkatan, transportasi dan akomodasi bagi setiap artis/*talent* yang telah dikontrak
- f. Mengatur dan memastikan informasi jadwal kepada artis/*talent* untuk latihan, gladi resik dan *event*

### 4. *Human Resources*

Bertanggung jawab kepada *Chief Administration Officer*. Tugasnya sebagai berikut:

- a. Melakukan rekrutmen tenaga kerja
- b. Melakukan seleksi tenaga kerja
- c. Melakukan pengembangan dan evaluasi karyawan
- d. Memberikan kompensasi dan proteksi pada pegawai

- e. Melakukan pengelolaan hubungan antara *management* dengan karyawan

5. **Chief Technology Officer**, bertanggung jawab kepada *Deputy Division Head*, tugasnya sebagai berikut :

- a. Mengelola arsitektur teknologi informasi
- b. Dalam operasionalnya lebih ke Eksternal (lebih fokus pada proses rekayasa/engineering)
- c. Melakukan pengembangan produk yang akan ditawarkan kepada pelanggan
- d. Melayani pihak eksternal seperti pelanggan/pembeli/klien
- e. Membantu para vendor dalam menyediakan solusi yang dibutuhkan untuk mengembangkan produk yang ditawarkan oleh organisasi
- f. Mengelola agar segenap arsitektur produk yang dikembangkan oleh perusahaan mendukung kebutuhan utama organisasi
- g. Mengembangkan strategi untuk meningkatkan penghasilan/pemasukan (*top line company activities/objectives*)

#### 6. **Sales**

Bertanggung jawab kepada *Deputy Division Head*. Tugasnya sebagai berikut :

- a. Melaksanakan kegiatan penjualan melalui telepon terhadap target konsumen (perusahaan-perusahaan perdagangan dan industri, kantor-kantor pemerintah, asosiasi perkumpulan keagamaan,

olahraga, sosial, konsulat) secara sistematis, serta melengkapi laporan kegiatan untuk setiap hubungan yang dilakukan.

- b. Memelihara semua hasil analisis penjualan yang telah dibuat. Atas persetujuan pimpinan, dalam melaksanakan kerjasama dengan perwakilan perusahaan lain dalam memperoleh peluang usaha, melakukan penjualan bersama, mendiskusikan strategi dan sebagainya
- c. Melakukan tindak lanjut pelayanan, untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.
- d. Melakukan tindak lanjut setiap kegiatan yang dilakukan untuk memperoleh peluang usaha pada saat mendatang.
- e. Menghubungi humas setiap saat dan memberikan bantuan apabila diperlukan, misalnya dalam memberikan hadiah-hadiah promosi kepada para pelanggan.
- f. Melaksanankan kegiatan pemasaran lainnya sesuai dengan tugas yang diberikan oleh manajer penjualan.

#### **7. *Research & Development (R&D Departement)***

Bertanggung jawab kepada *Deputy Division Head*. Tugasnya sebagai berikut:

- a. Mencari tahu berbagai informasi dan *trend* produk secara intensif untuk memperkuat pengetahuan yang dapat menyokong implementasi dari perkembangan proyek dan riset – riset dasar.



- b. Mengkoordinir dan memonitor proses perkembangan produk, riset dasar, dan riset konsumen yang dilakukan oleh unit-unit yang bersangkutan.
- c. Membantu para karyawan pabrik untuk mengatasi masalah yang berkaitan dengan perumusan/ resep, bahan baku, proses secara teknis, material pengemasan, dan proses sanitasi.
- d. Mengecek dokumen dan mengawasi operasi yang berkaitan dengan SOP, proses produksi, pemanduan analisis, dan kehalalan produk.
- e. Memonitor seluruh pengeluaran dan mencocokkannya dengan *budget*

#### 8. **Marketing Susu Kental Manis dan *Indulgence***

Bertanggung jawab kepada *Deputy Division Head*, Tugasnya sebagai berikut :

- a. Menjaga dan meningkatkan *volume* penjualan Susu Kental Manis dan *Indulgence*
- b. Menyiapkan prospek klien baru bagi produk Susu Kental Manis dan *Indulgence*
- c. Menganalisa data keuangan klien dengan tujuan penaksiran investasi klien
- d. Merekomendasikan strategi investasi produk Susu Kental Manis dan *Indulgence* yang sesuai dan menguntungkan untuk klien
- e. Menjalinkan komunikasi yang baik dengan pelanggan
- f. Memiliki keterampilan secara kuantitatif yang baik

- g. Mempertahankan pelanggan produk Susu Kental Manis dan *Indulgence* yang telah ada
- h. Memastikan pencapaian target penjualan.
- i. Membuat laporan penjualan produk Susu Kental Manis dan *Indulgence* perusahaan
- j. Melaporkan aktivitas penjualan produk Susu Kental Manis dan *Indulgence* perusahaan kepada atasan

9. ***Marketing Liquid dan Powder***

Bertanggung jawab kepada *Deputy Division Head*, Tugasnya sebagai berikut :

- a. Menjaga dan meningkatkan *volume* penjualan produk *Liquid* dan *Powder*
- b. Menyiapkan prospek klien baru bagi produk *Liquid* dan *Powder*
- c. Menganalisa data keuangan klien dengan tujuan penaksiran investasi klien
- d. Merekomendasikan strategi investasi produk *Liquid* dan *Powder* yang sesuai dan menguntungkan untuk klien
- e. Menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan produk *Liquid* dan *Powder*
- f. Memiliki keterampilan secara kuantitatif yang baik
- g. Mempertahankan pelanggan produk *Liquid* dan *Powder*
- h. Memastikan pencapaian target penjualan produk *Liquid* dan *Powder*

- i. Membuat laporan penjualan produk *Liquid* dan *Powder*
- j. Melaporkan aktivitas penjualan produk *Liquid* dan *Powder*

#### 10. *Chief Finance Officer*

Bertanggung jawab kepada *Deputy Division Head*. Tugasnya sebagai berikut:

- a. Membuat laporan keuangan kepada atasan secara berkala tentang penggunaan uang.
- b. Mengendalikan *budget* pendapatan dari belanja perusahaan sesuai dengan hasil yang diharapkan.
- c. Bertanggung jawab atas penentuan biaya perusahaan seperti biaya administrasi.
- d. Bertanggung jawab atas laporan keuangan beserta analisisnya.
- e. Menyusun perencanaan pelaporan perpajakan sesuai peraturan pemerintah.
- f. Melakukan evaluasi kondisi unit dan menindaklanjutinya.
- g. Melaksanakan kontrol terhadap pendistribusian produk.
- h. Bertanggung jawab atas pelaksanaan Sisdur.

### C. Kegiatan Umum Perusahaan

PT. Indolakto merupakan perusahaan yang memproduksi dan mengembangkan produk berbahan dasar susu. Adapun praktikan dapat mengetahui kegiatan umum perusahaan dilihat dari bauran pemasaran (*marketing mix*) ialah sebagai berikut:

#### a. Produk

Pada perkembangannya kegiatan produksi yang ada di PT. Indolakto dilakukan oleh tiga anak perusahaan. Dimana masing - masing perusahaan menghasilkan produk - produk sebagai berikut:

1. PT. Indomilk, perusahaan yang memproduksi susu dalam kemasan. Produk – produknya adalah Susu Indomilk UHT, Susu Botol Cair Indomilk, *Pasteurized Liquid Milk* (PLM) Indomilk, Susu Kental Manis Indomilk, Susu Bubuk Indomilk, Susu Cap Enak, Krimer Kental Manis Tiga Sapi, Kremer Kental Manis KREMER, dan Orchid Butter
2. PT. Indokuat, perusahaan yang memproduksi minuman sehat yang dibuat dengan susu. Produk – produknya adalah Milkuat Susu Bubuk, Milkuat Susu Bantal, dan Milkuat Susu Botol.
3. PT. Indoeskrim, perusahaan yang memproduksi eskrim. Produk-produknya adalah Nusantara Take Home, Nusantara Stick, Tasty Max, Choco Rocks Cone, Choco Rocks Bar, Rick Twist, Tam-Tam, Kul-kul Fruity, Kul-kul Lollipop, Espessia

Berikut ini praktikan akan menjelaskan kembali mengenai produk – produk yang dihasilkan oleh PT. Indolakto :

#### **1) *Pasteurized Liquid Milk***

*Pasteurized Liquid Milk* (Susu Pasteurisasi Indomilk) adalah susu segar Indomilk yang menggunakan bahan dasar 100% susu sapi segar yang diproduksi dalam suhu 120°C selama 15 detik dengan tujuan membunuh mikroba dan *pathogen* yang ada dalam zat makanan yang

merusak enzim dan mempercepat penurunan kualitas susu. Setelah proses pemanasan, kemudian dilakukan proses pendinginan yang berfungsi menghambat mikroba yang tahan terhadap proses pemanasan.

Susu segar indomilk kaya akan vitamin A, B1, B6, D3 dan E. Untuk susu segar rasa coklat menggunakan bubuk coklat asli dan rendah gula. Susu segar Indomilk juga tidak tahan terhadap suhu ruang sehingga harus disimpan didalam *chiller* dengan suhu maksimal 4°C agar kualitas produk tetap terjaga. Umur produk bisa lebih dari 21 hari.

Susu segar Indomilk terdiri dari 2 kategori pilihan yaitu *Full Cream & Non Fat*. Susu *Full Cream* tersedia rasa coklat dan tawar, sedangkan susu segar *Non Fat* diperuntukan bagi konsumen yang peduli dengan bentuk tubuh atau memiliki kendala kesehatan. Susu *Non fat* juga diperkaya dengan serat pangan *Oligofruktosa* yang dapat meningkatkan penyerapan kalsium, menurunkan kadar kolesterol dalam tubuh serta menyehatkan saluran pencernaan. Saat ini Susu Pasteurisasi Indomilk hadir dalam kemasan :

- a. Susu Segar Indomilk kemasan Tetra Rex dengan volume 950 ml
- b. Susu Segar Indomilk kemasan Tetra Rex dengan volume 200 ml
- c. Susu Segar Indomilk kemasan Plastic Bag dengan volume 10 liter untuk industrial.

## 2) *Susu Ultra High Temperature* (UHT)

Susu Indomilk UHT adalah susu dalam kemasan kotak siap minum yang diolah dengan proses sterilisasi HTST (*High Temperature Short Time*) dipanaskan pada suhu 140-145°C selama 4 detik lalu didinginkan dengan suhu 4-5°C. Waktu Pemanasan yang singkat dimaksudkan untuk mencegah kerusakan nilai gizi susu, menghancurkan kuman dan bakteri patogen, serta untuk mendapatkan warna, aroma, dan rasa yang relatif tidak berubah seperti aslinya. Proses ini membuat susu bisa disimpan hingga 9 bulan. Saat ini Susu Indomilk UHT hadir dalam kemasan :

- Susu Indomilk UHT dalam kemasan Tetra paper volume 1000 ml yang berisi 12 pack per karton dengan varian rasa: plain dan coklat
- Susu Indomilk UHT dalam kemasan Tetra paper volume 250 ml yang berisi 24 pack per karton dengan varian rasa: coklat dan stroberi
- Susu Indomilk UHT dalam kemasan Tetra paper volume 190 ml yang berisi 30 pack per karton, juga tersedia dalam kemasan *bandage/multipack* isi 3 pack dengan varian rasa: coklat, stroberi, vanila dan **rasa baru** yaitu **rasa pisang**.
- Susu Indomilk UHT (Kids) dalam kemasan Tetra paper 115 ml yang berisi 40 pack per karton, juga tersedia dalam kemasan *bandage/multipack* isi 4 pack dengan varian rasa: coklat, stroberi dan vanila.

- Susu Indomilk UHT *Low Fat High Calcium* dalam kemasan Tetra paper 1000 ml yang berisi 12 pack per karton dengan varian rasa: coklat dan plain.

### 3) Susu Kental Manis Indomilk

Susu Kental Manis adalah produk susu berbentuk cairan kental yang diperoleh dari susu segar diolah dengan sistem pengolahan yang modern, yang ditambahkan gula, lemak nabati dan bahan pangan lainnya. Susu Kental Manis Indomilk memiliki dua varian rasa yaitu rasa *plain* dan coklat. Rasa *plain* (putih) tinggi akan vitamin A, B1, Fosfor, D3 dan kalsium. Selain itu rasa plain juga mengandung vitamin B2, B3, B5, B6, B12, C, E, K1, Yodium, Zink, dan Zat besi. Sedangkan rasa coklat dibuat dengan coklat asli yang tinggi akan vitamin A, B1, Zink, Fosfor & Kalsium, juga mengandung Vitamin B2, B3, B6, B12, C, D3, E, K1, Yodium & Zat Besi. Masa kadaluarsa 9 bulan untuk rasa *plain* (putih) dan 12 bulan untuk rasa coklat dari tanggal produksi selama kemasan tidak rusak. Susu Kental manis Indomilk memiliki kemasan :

- a) Susu Kental Manis Indomilk dalam kemasan kaleng volume 375 gram dengan varian rasa : plain dan coklat.
- b) Susu Kental Manis Indomilk dalam kemasan sachet volume 40 gram dengan varian rasa : plain dan coklat.

### 4) Susu Bubuk Omega 3

Susu bubuk Indomilk Omega 3 merupakan susu Tinggi Kalsium dengan tambahan kandungan Omega 3 yang mengandung DHA dan

EPA, Vitamin dan Mineral. Omega 3 berasal dari minyak ikan laut yang berguna untuk membantu perkembangan sel-sel otak, menunjang kecerdasan dan fungsi penglihatan anak-anak.

Susu bubuk ini dihasilkan dari olahan susu segar. Seperti namanya, susu ini berbentuk bubuk yang merupakan susu kering atau susu yang kadar airnya sangat minim. Susu ini cocok dikonsumsi anak-anak berusia lebih dari 1 tahun. Saat ini Susu Bubuk Indomilk memiliki kemasan :

- a) Susu Bubuk Instan Omega 3 dalam kemasan kotak volume 400 gram dengan varian rasa : coklat dan tawar (bebas gula)
- b) Susu Bubuk Instan Omega 3 dalam kemasan kotak volume 800 gram dengan varian rasa : coklat dan tawar (bebas gula)
- c) Susu Bubuk full cream Omega 3 dalam kemasan kardus volume 800 gram dengan varian rasa : tawar (bebas gula)
- d) Susu Bubuk full cream Omega 3 dalam kemasan kardus volume 400 gram dengan varian rasa : tawar (bebas gula)
- e) Susu Bubuk Instan Omega 3 dalam kemasan sachet volume 37 gram dengan varian rasa : coklat

##### **5) Susu Cair Indomilk**

Susu Cair Steril Indomilk adalah produk susu cair yang diperoleh dari susu segar yang dipanaskan pada suhu tidak kurang dari 100°C selama waktu yang cukup untuk mencapai keadaan steril dan dikemas dalam botol plastik transparan yang kedap udara sehingga dapat bertahan



lama tanpa bahan pengawet. Keunggulan produk susu cair steril Indomilk yaitu dibuat dengan susu segar, memiliki sumber gizi untuk tulang, kalsium, Fosfor dan Vitamin D, mengandung vitamin untuk membantu pemenuhan gizi sehari-hari seperti : vitamin A, B2,B3,B6. Susu Cair Steril Indomilk cocok untuk anak berusia 3-12 tahun.

Susu Cair steril Indomilk tersedia dalam kemasan botol volume 190 ml dengan varian rasa : coklat, *strawberry*, melon, dan vanilla. Umur produk ini untuk varian rasa coklat dan *strawberry* adalah 9 bulan, sedangkan untuk varian rasa melon dan vanilla yaitu 7 bulan, sejak tanggal produksi.

#### **6) Krimer Kental Manis**

Krimer Kental Manis adalah susu sapi yang airnya dihilangkan dan ditambahkan gula dan lemak nabati. Sangat cocok disajikan sebagai *topping* atau pelengkap makanan dan minuman. Saat ini, PT. Indolacto memproduksi dan mengembangkan produk Krimer Kental Manis dengan tiga merek berbeda yaitu :

##### **a) Krimer Kental Manis Tiga Sapi**

Krimer Kental Manis Tiga Sapi atau yang lebih dikenal dengan Susu Cap Tiga Sapi adalah Krimer kental manis dengan segala kebaikan susu dan extra kalsium, vitamin A, B1, D3 dengan rasa gurih yang pas. Saat ini, Susu Cap Tiga Sapi memiliki kemasan :

- Susu Cap Tiga Sapi dalam kemasan kaleng volume 375 gram dengan varian rasa : tawar dan coklat

- Susu Cap Tiga Sapi dalam kemasan kaleng volume 500 gram dengan varian rasa : tawar
- Susu Cap Tiga Sapi dalam kemasan sachet volume 42 gram dengan varian rasa : tawar dan coklat

b) Krimer Kental Manis Cap Enak

Krimer Kental Manis Cap Enak atau yang lebih dikenal dengan Susu Cap Enak memiliki diferensiasi susu enak dan tidak bikin eneg, Susu Cap Enak memiliki Kemasan :

- Susu Cap Enak dalam kemasan kaleng volume 385 gram dengan varian : tawar dan coklat
- Susu Cap Enak dalam kemasan sachet volume 42 gram dengan varian : tawar dan coklat

c) Krimer Kental Manis KREMER

Krimer Kental Manis Kremer memiliki kebaikan susu dan extra kalsium dengan rasa gurih untuk melengkapi lezatan makanan dan minuman. Krimer Kental Manis Kremer memiliki beberapa kemasan yaitu :

- Krimer Kental Manis Kremer dalam kemasan kaleng volume 375 gram dengan varian : tawar
- Krimer Kental Manis Kremer dalam kemasan kaleng 500 gram dengan varian : tawar
- Krimer Kental Manis Kremer dalam kemasan sachet 42 gram dengan varian : tawar

## 7) Orchid Butter

Orchid butter saat ini memiliki kemasan kaleng 340 gram dengan varian rasa plain.

## 8) Indoeskrim

Indoeskrim merupakan lini produk es krim yang di produksi perusahaan ini, Indoeskrim memiliki kemasan :

- a) Indoeskrim dalam kemasan box volume 700 ml dengan varian rasa: Coklat, *Strawberry*, Vanila, *Vanila Chips*, *Espessia* (yaitu campuran dari rasa coklat, *strawberry*, dan *vanilla*), Nusantara Es Teler (yaitu campuran dari rasa kopyor, nangka, dan alpukat), Nusantara Ketan Hitam (yaitu campuran dari rasa ketan hitam dan kacang hijau)
- b) Indoeskrim Nusantara dalam kemasan cup volume 50 ml dengan varian rasa : kopyor, nangka, dan kacang hijau
- c) Indoeskrim Nusantara dalam kemasan *stick volume* dengan varian rasa yaitu, kopyor dan kacang hijau
- d) Indoeskrim Tasty Max adalah es krim super lembut bertemu dengan coklat bertabur kacang almond dalam kemasan *stick* dengan varian rasa : *Vanila Chocolate Almond* dan *White Chocolate Almond*
- e) Indoeskrim Choco Rock Cone adalah eskrim dalam kemasan *cone* dengan *topping* coklat bertabur kacang gurih dengan varian rasa : *Chocolate* dan *Vanila*

- f) Indoeskrim Choco Rock Bar adalah eskrim susu berlapis coklat dan kacang renyah dalam kemasan *stick* dengan varian rasa : *Vanilla, Strawberry, Chocolate*
- g) Indoeskrim Rock Twist adalah eskrim lembut dengan kemasan *cone* berputar dikombinasikan dengan saus coklat disajikan dalam *soft cone* dengan varian rasa : *Vanilla, Chocolate, Durian*
- h) Indoeskrim Tam-Tam adalah eskrim bertabur *choco chips* dengan kemasan cup 50ml dalam varian rasa : *Vanilla Choco Chips, Strawberry Choco Chips, Vanilla* dan *Chocolate*
- i) Indoeskrim Kul-Kul Fruity adalah eskrim dengan rasa buah segar dalam kemasan *stick* dengan varian rasa : *Orange, Grape* dan *Blueberry*
- j) Indoeskrim Kul-Kul Lollipop adalah kombinasi dari ketiga rasa buah sensasional dalam kemasan *stick* tersedia dengan varian rasa : *Tropical, Grape Berries, dan Juicy*

## 9) Milkuat

Milkkuat adalah minuman sehat berbahan dasar susu yang memiliki kemasan:

- a) Milkkuat susu bubuk 3 in 1 dengan kemasan kotak volume 350 gram dengan varian rasa : coklat. Milkkuat susu bubuk 3 in 1 merupakan susu berbentuk bubuk yang didapatkan dari campuran *full cream* bubuk dengan rasa coklat. Milkkuat susu bubuk mengandung CALCI-E (Kalsium Energi) untuk pertumbuhan anak yang sehat, ber energi

dan kuat, dengan sumber sepuluh vitamin dan empat mineral. Sepuluh vitamin diantaranya adalah vitamin B1, B2, B3, B5, B6, B9, B12, Vitamin A, Vitamin C, dan Vitamin D. sedangkan keempat mineral tersebut diantaranya: zat besi, zink, kalsium dan fosfor.

- b) Milkuat Susu Bantal dalam kemasan *pouch* volume 50 ml dengan varian rasa: coklat dan stroberi. Milkuat Susu Bantal merupakan susu untuk anak usia diatas 1 tahun yang mengandung CALCI-E (Kalsium Energi) untuk pertumbuhan anak, dengan sumber kalsium dan fosfor, sumber vitamin A, B1, B2, B3, B5, B6, B9 dan B12
- c) Milkuat Susu Botol dalam kemasan botol dengan volume 70 ml dan 130 ml dalam varian rasa : *orange*, *strawberry*, dan *blackcurrant*. Milkuat Susu Botol merupakan minuman mengandung susu yang dikemas dalam botol yang diproses secara higienis dan mengandung CALCE-I (Kalsium dan Energi) dengan sumber sembilan vitamin dan empat mineral diantaranya : Sumber Kalsium dan Fosfor, Sumber Vitamin A, B1, B2, B3, B5, B6, B9, dan B12.

#### **b. Price**

Harga yang ditetapkan oleh PT. Indolakto untuk menjual produk – produknya yaitu dengan menjumlahkan biaya produksi atau modal ditambah keuntungan yang ingin diperoleh. Selain itu, perusahaan juga melihat harga kompetitor sebagai referensi untuk menentukan harga jual agar dapat bersaing di pasar.

**Tabel II.3**  
**Harga Produk - Produk PT. Indolacto**

Produk	Volume	Kemasan	Isi	Variant	
					Harga
					Satuan
PLM Indomilk	950 ml	Tetra	Pcs	Semua Rasa	27.000
PLM Indomilk	200 ml	Tetra	Pcs	Semua Rasa	7.500
PLM Indomilk	10 lt	Plastic Bag	Pcs	Semua Rasa	165.000
UHT Indomilk	1000 ml	Tetra	12 Pcs	Semua Rasa	15.500
UHT Indomilk	250 ml	Tetra	24 Pcs	Semua Rasa	4.200
UHT Indomilk	190 ml	Tetra	30 Pcs	Semua Rasa	3.900
UHT Kids	115 ml	Tetra	40 Pcs	Semua Rasa	2.250
UHT Indomilk Bandage	190 ml	Tetra	3 Pcs /B, 10B/CTR	Semua Rasa	11.700
UHT Kids Bandage	115 ml	Tetra	4 Pcs /B, 10 B / CTR	Semua Rasa	9.000
SKM Indomilk	40 gr	Sachet	120 Sachet	Plain	1.000
SKM Indomilk	40 gr	Sachet	120 Sachet	Chocolate	1.200
Susu Bubuk Instan	400 gr	Kotak	24 Kotak	Plain	37.000
Susu Bubuk Instan	400 gr	Kotak	24 Kotak	Choco	33.000
Susu Bubuk Instan	800 gr	Kotak	12 Kotak	Plain	69.000
Susu Bubuk Instan	800 gr	Kotak	12 Kotak	Choco	63.000
Susu Bubuk Instan	37 gr	Sachet	60 Sachet	Choco	3.000
Susu Bubuk Full Cream	400 gr	Kotak	24 Kotak	Plain	37.000
Susu Bubuk Full Cream	800 gr	Kotak	12 Kotak	Plain	69.000
Susu Cair Indomilk	190 ml	Botol	24 Botol	Semua Rasa	3.100
KKM Tiga Sapi	375 gr	Kaleng	48 Pcs	Semua Rasa	8.000
KKM Tiga Sapi	500 ml	Kaleng	48 Pcs	Plain	9.500
KKM Tiga Sapi	40 gr	Sachet	120 Sachet	Semua Rasa	1.000
KKM Cap Enak	385 gr	Kaleng	48 Pcs	Semua Rasa	8.500
KKM Cap Enak	42 gr	Sachet	120 Sachet	Semua Rasa	1.000
KKM Kremer	375 gr	Kaleng	48 Pcs	Plain	8.000
KKM Kremer	500 gr	Kaleng	48 Pcs	Plain	9.500
KKM Kremer	40 gr	Sachet	120 Sachet	Plain	1.000
Orchid Butter	340 gr	Kaleng	Pcs	Plain	40.000

Produk	Volume	Kemasan	Isi	Variant	Harga
					Satuan
Indoeskrim Classic Take Home	1000 ml	Kotak	8 Kotak	Semua Rasa	22.000
Indoeskrim Duo Take Home	1000 ml	Kotak	8 Kotak	Semua Rasa	24.000
Indoeskrim Triple Take Home	1000 ml	Kotak	8 Kotak	Semua Rasa	24.000
Indoeskrim Stick Kul Syur	55 ml	Stick	40 Stick	Semua Rasa	2.500
Indoeskrim Legian Stick	55 ml	Stick	40 Stick	Semua Rasa	2.500
Indoeskrim Kul-Kul Stick	55 ml	Stick	40 Stick	Soda Susu dan Coklat Kacang	2.500
Indoeskrim Kul-Kul Stick	50 ml	Stick	40 Stick	Badut Vanilla Coklat Strawberry	3.500
Indoeskrim Max	100 ml	Stick	15 Stick	Vanilla Almond	8.000
Indoeskrim Popin Stick	50 ml	Stick	40 Stick	Semua Rasa	2.300
Indoeskrim Jreng-Jreng	50 ml	Stick	40 Stick	Semua Rasa	1.100
Indoeskrim Skubidu	50 ml	Stick	40 Stick	Semua Rasa	1.800
Indoeskrim Tam-Tam	90 ml	Cup & Cone	20 Pcs	Semua Rasa	2.500
Indoeskrim Goldream Cone	110 ml	Cup & Cone	20 Pcs	Semua Rasa	4.500
Indoeskrim Goldream Twist	110 ml	Cup & Cone	24 Pcs	Semua Rasa	5.000
Indoeskrim Catering Regular	8000 ml	Bulk	-	Semua Rasa	77.000
Indoeskrim Catering Supreme	8000 ml	Bulk	-	Semua Rasa	85.500
Milkuat Susu Bantal	50 ml	Pouch	54 Pcs	Semua Rasa	1.000
Milkuat Susu Botol	70 ml	Botol	60 Botol	Semua Rasa	1.500
Milkuat Susu Botol	130 ml	Botol	32 Botol	Semua Rasa	2.500
Milkuat Bubuk	350 gr	Box	21 Box	Vanilla	28.500
Milkuat Bubuk	350 gr	Box	21 Box	Chocolate	27.500

*Sumber : Diambil dari data internal perusahaan*

Dari hasil penelitian di pasaran susu Indomilk dijual dengan harga yang bersaing yaitu Rp. 3000 dengan *range* produk pesaing yang sejenis

Rp. 3000-Rp.3500. Strategi penetapan harganya yang berbasis permintaan adalah *penetration pricing*, yaitu dengan menetapkan harga yang rendah dengan tujuan untuk mendapat pangsa pasar dalam waktu yang singkat. Bila melihat penetapan harga berdasarkan persaingan, menurut praktikan, perusahaan produk susu cair steril Indomilk menggunakan strategi *above, at, or below market pricing*, yaitu perusahaan menetapkan harga jual di bawah harga pasar yaitu Rp 3000, sedangkan harga pasar lebih dari harga tersebut. Perhatikan Tabel II.4.

**c. Place**

Kantor Pusat PT. Indolakto terletak di Jalan Raya Bogor KM 26,6 Pasar Rebo, Jakarta Timur. Di dalam satu alamat tersebut terdapat pula Pabrik PT. Indolakto. Kantor pusat merupakan tempat untuk mengelola data-data produk PT. Indolakto di seluruh cabang di Indonesia dan mancanegara.

**Tabel II.4**

**Daerah Titik Cabang Pendistribusian Produk PT. Indolakto**

No	Titik Cabang	Daerah
1.	Regional Central 1	Tangerang, Bekasi, Bogor, Bandung, Jakarta 1 yang terdiri dari Jakarta Utara dan Jakarta Barat, Jakarta 2 yang terdiri dari Jakarta Timur dan Selatan
2.	Regional Central 2	Semarang, Daerah Istimewa Yogyakarta, Malang, Jember, Cirebon, dan Surabaya
3.	Regional East	Pontianak, Banjarmasin, Palangkaraya, Samarinda, Manado, Gorontalo, Maluku Utara, Palu, Makassar, Denpasar, Nusa Tenggara Barat dan Nusa Tenggara Timur

*Sumber : Diambil dari data internal perusahaan*



Sedangkan untuk pabrik PT. Indolakto merupakan tempat memproduksi dan mengembangkan produk untuk dapat di distribusikan ke berbagai wilayah terutama wilayah yang terdekat dengan pabrik. Lokasi pabrik tersebut diantaranya Pabrik Cicurug 1 terletak di jalan Raya Siliwangi Cicurug Sukabumi, Jawa Barat. Pabrik Cicurug 2 terletak di jalan Raya Siliwangi Sukabumi Jawa Barat, yang merupakan tempat memproduksi produk es krim. Lalu Pabrik Cikarang terletak di Jalan Kranji, Cikarang Bekasi, Jawa Barat. Setiap pabrik terdapat kantor untuk mengelola data-data produknya, namun data-data tersebut tetap dalam pengawasan kantor pusat PT. Indolakto yang terletak di Jalan Raya Bogor tempat praktikan melaksanakan PKL.

PT. Indolakto sendiri bekerja sama dengan PT. Indomarco Adi Prima (PT. IAP) dimana PT. IAP ini bertugas sebagai distributor untuk setiap produk PT. Indolakto. Untuk dapat mempermudah pendistribusiannya, PT. Indolakto membagi jalur distribusi ke beberapa titik cabang, perhatikan tabel II.4.

Cabang- cabang tersebut akan mendistribusikan produk Indolakto ke berbagai outlet di wilayahnya. *Outlet* tersebut terbagi menjadi 2, yaitu *Industrial* dan HCO (*High Chain Outlet*) atau biasa disebut *Modern Trade*. *Industrial* itu sendiri seperti perusahaan, kantin, café, pasar tradisional, maupun pabrik-pabrik yang akan mengolah kembali produk dari Indolakto. Sedangkan *Modern Trade* tersebut dibagi menjadi beberapa kelompok, perhatikan tabel II.5.

Dari daftar tabel tersebut, bisa praktikan simpulkan bahwa hampir semua *modern trade* ternama di Indonesia sudah bekerja sama dengan PT. Indolakto. Dengan adanya kerjasama tersebut perusahaan mengharapkan dapat mencapai pangsa pasar yang ingin dituju.

**Tabel II.5**  
**Daftar Modern Trade Kerjasama Dengan PT. Indolakto**

Minimarket	Supermarket	Hypermarket
Alfamart	Tip Top	Carrefour
Indomaret	Superindo	Hypermart
Alfamidi	Naga Swalayan	Giant
Circle K	Toserba Yogya	Lotte Mart
Sevel	Gomart	Indogrosir
Family Mart	Lion Superindo	Hero
-	Hari-Hari	Transmart
-	Carrefour Express	Lulu

*Sumber : Data diolah oleh praktikan*

Dalam sistem distribusinya, PT. Indomilk menyalurkan produk susu cair steril Indomilk dengan cara penyaluran tidak langsung, yaitu tipe *Three Level Channel*. Alur pendistribusiannya yaitu dari perusahaan PT. Indomilk kemudian disalurkan pada agen, lalu disalurkan pada pedagang besar, dan kemudian pada pengecer (toko-toko kecil) yang kemudian akan sampai ke tangan konsumen.

Metode pengangkutan produk susu cair steril Indomilk dilakukan menggunakan transportasi darat, terutama dengan mobil-mobil box. PT. Indomilk merupakan sebuah perusahaan besar yang memproduksi

berbagai produk terutama *dairy products*. Sehingga menurut pengetahuan praktikan, tipe distribusi yang digunakan adalah distribusi intensif, yaitu dengan menjual produk-produk yang nantinya konsumen akan mudah mendapatkan atau membelinya dimana pun dan kapan pun.

#### **d. Promotion**

Untuk meningkatkan penjualan, maka diperlukan sistem marketing yang baik, salah satunya adalah promosi. Dalam pengembangan usaha yang dilakukan oleh PT. Indolakto yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman, promosi penjualan merupakan hal yang sangat penting guna menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan lainnya yang bergerak di bidang yang sejenis, sehingga untuk menghadapi persaingan tersebut dan untuk meningkatkan volume penjualan PT. Indolakto berusaha memperkenalkan produknya kepada masyarakat dengan melaksanakan suatu kegiatan promosi. Promosi-promosi yang dilakukan PT. Indolakto adalah sebagai berikut :

##### *a. Advertising*

*Advertising* atau iklan merupakan bentuk tawaran produk oleh produsen kepada konsumen melalui media berbayar. Televisi merupakan media iklan utama yang dilakukan untuk mempresentasikan produk PT. Indolakto, dengan jaminan penonton hingga seluruh Indonesia, menjadikan PT. Indolakto harus benar-benar selektif dalam memilih agency sebagai penentu dari iklan yang akan mereka tayangkan, sehingga presentasi produk bisa di kemas dalam

konsep yang kreatif, mudah diingat, dan menjadikan produk yang diiklankan sebagai produk *top of mind* di masyarakat. Namun, iklan TV dengan durasi 30 detik dan memakan *budget* promosi hingga puluhan juta ini dirasa kurang oleh PT. Indolakto untuk mempresentasikan produk mereka secara detail dan maksimal. Oleh karena itu, PT. Indolakto memanfaatkan iklan filler untuk media promosi mereka. Iklan filler umumnya memiliki durasi lebih panjang dari iklan TV yaitu 90-120 detik. Contoh dari iklan filler ini adalah iklan yang ditayangkan pada monitor/ layar di minimarket seperti Alfamart dan Indomart.

Maraknya sosial media di kalangan anak-anak dan remaja yang merupakan target pasar dari PT. Indolakto, juga dimanfaatkan oleh perusahaan ini sebagai media promosi. Durasi pada iklan sosial media cenderung lebih lama dibandingkan iklan TV dan iklan filler, juga tidak memakan budget yang terlalu tinggi. Sosial media yang dimanfaatkan oleh PT. Indolakto ialah youtube dan instagram. Youtube merupakan media tontonan kedua setelah televisi untuk menonton tayangan apapun sesuai minat masyarakat, sedangkan *instagram* merupakan sosial media terpopuler di kalangan remaja saat ini. Hal itulah yang menjadikan bagi PT. Indolakto memilih kedua media tersebut sebagai media iklan.

b. *Sales Promotion*

*Sales Promotion* atau promosi penjualan yaitu promosi jangka pendek untuk merangsang konsumen langsung membeli produk tersebut. Promosi penjualan yang dilakukan PT. Indolakto dikelompokkan menjadi beberapa jenis yaitu :

1) **General Sales Reduction Other,**

Berupa kegiatan promosi pemberian diskon, seperti diskon strata, diskon insentif, diskon khusus, dan diskon OPTI. Diskon Strata yaitu diskon dengan tingkatan tertentu sesuai jumlah pembelian, contoh diskon strata yaitu pembelian 2 karton produk Susu Kental Manis Cap Enak akan mendapat diskon 1%, sedangkan pembelian 4 karton Susu Kental Manis Cap Enak akan mendapat diskon 2%, dan seterusnya. Diskon insentif yaitu perlombangan bagi para *modern trade* di setiap cabang untuk mencapai target penjualan tertentu dalam jangka waktu tertentu, akan diberikan insentif berupa uang ataupun produk dari PT. Indolakto. Contoh: dalam kurun waktu 3 bulan yaitu dari bulan September sampai dengan November bagi para *Modern Trade* yang bisa mencapai target penjualan Indomilk sebesar 50 juta rupiah akan mendapatkan uang sebesar 5 juta rupiah dari PT. Indolakto. Sedangkan diskon khusus adalah diskon yang diberikan PT. Indolakto kepada institusi tertentu, seperti institusi pemerintah,

ataupun perusahaan-perusahaan yang membeli produk Indomilk dalam jumlah besar.

Kesepakatan-kesepakatan harga yang dibentuk antar pimpinan dari masing-masing institusi akan dimasukkan kepada pengelompokan diskon khusus. Sebagai contoh: PT. Raksa Nasional Food (Mc Donald) membutuhkan bahan baku susu Indomilk untuk beberapa menu minuman nya, lalu PT. Raksa tersebut membuat kesepakatan dengan pimpinan PT. Indolacto tentang harga dari produk Indomilk yang akan dibeli setiap kurun waktu tertentu. Sedangkan diskon OPTI adalah diskon yang diberikan pada produk jelang tanggal kadaluarsa.

Untuk produk UHT, Susu Cair Indomilk, dan Susu Kental Manis akan diberikan diskon saat berumur 2 sampai 3 bulan menjelang tanggal kadaluarsa. Sedangkan untuk produk Susu Bubuk Indomilk, akan diberikan diskon saat berumur 4 sampai 6 bulan menjelang tanggal kadaluarsa.

## **2) Selling Expanses Others (Direct Selling)**

Berupa kegiatan consumer promo yaitu pemberian hadiah langsung untuk konsumen, hadiah langsung tersebut bisa berupa hadiah elektronik dengan sistem undian, mengirim beberapa kemasan produk Indomilk via pos ke kantor Indomilk, ataupun pemberian barang lain seperti tumbler, pulpen dan note. Pemberian hadiah ini juga berlaku untuk produk lain selain produk Indomilk

dengan pembelian tertentu. contoh: pembelian satu karton UHT Kids akan mendapatkan satu karton Indomie goreng. *Direct selling* juga berlaku untuk *salesman* yang berhasil mencapai target penjualan yang diberikan oleh PT. Indolakto dalam kurun waktu tertentu, akan diberikan hadiah berupa insentif uang atau gaji.

### 3) **Trade Promotion (Display Expense)**

Berupa kegiatan promosi sewa tempat/ *floor display* yaitu sewa rak di supermarket tertentu untuk menempatkan produk Indomilk. Contohnya disaat produk UHT Indomilk Banana baru diluncurkan, Indomilk menyewa rak di supermarket pada bagian depan, sehingga ketika konsumen memasuki supermarket tersebut, produk pertama yang dilihat ialah produk UHT Indomilk Banana.

### 4) **Sponsorship**

Sponsorship adalah dukungan finansial atau materi pendukung kepada suatu organisasi, orang, atau aktivitas yang dipertukarkan dengan publisitas merek dalam suatu hubungan kerjasama. Sedangkan *sponsorship* di PT. Indolakto dikategorikan sebagai **Other Promotion (Sponsorship)** berupa kegiatan promosi diluar, seperti disekolah-sekolah, mall, dan lain-lain. Contohnya adalah Indomilk menjadi sponsor pada acara *Fun Bike* Al Madinah pada tahun 2014.

c. *Personal Selling*

*Personal Selling* atau penjualan pribadi merupakan interaksi langsung dengan satu calon pembeli atau lebih guna melakukan presentasi, menjawab pertanyaan, dan menerima pesanan. *Personal Selling* yang dilakukan PT. Indolakto berupa ***Consumer Promotion*** dan ***Sampling***. *Consumer Promotion* berupa kegiatan *Sales Promotion* *Girl* menawarkan langsung suatu produk kepada konsumen, contohnya pada saat pameran Pekan Raya Jakarta. *Sampling* adalah pemberian sampling produk. Contohnya adalah produk Indoeskrim yang mengeluarkan rasa baru yaitu Nusantara Esteler dan Nusantara Ketan Hitam dan Kacang Hijau, tujuannya agar konsumen mengenal dan bisa mencoba rasa baru yang dikeluarkan oleh Indoeskrim, sehingga konsumen dapat tertarik untuk membeli produk tersebut, karena sudah diberikan sampel yang dirasakan sendiri oleh calon konsumen.



## **BAB III**

### **PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

#### **A. Bidang Kerja**

Selama 40 hari melaksanakan Praktik Kerja Lapangan di PT. Indolakto, praktikan ditempatkan pada Divisi Sales dan dibawah bimbingan *Mentor Marketing Trade*. Praktikan mempunyai tugas pada divisi tersebut diantaranya sebagai berikut.

1. Menginput *Project Summary* (proposal kegiatan promosi) seluruh cabang ke sistem informasi PT. Indolakto (EASAP).
2. Merekap biaya klaim PT. IAP.
3. Mengganti surat klaim fotokopi dengan surat klaim yang asli untuk diserahkan pada divisi keuangan.

#### **B. Pelaksanaan Kerja**

- 1. Menginput *project summary* seluruh cabang ke sistem informasi PT. Indolakto (EASAP)**

PT. Indolakto memiliki kerjasama dengan *modern trade* di seluruh Indonesia. Untuk meningkatkan angka penjualan produknya, setiap *modern trade* tersebut membuat berbagai macam kegiatan promosi. Promosi tersebut ada yang dikeluarkan oleh marketing kantor pusat PT. Indolakto, yang harus di jalankan oleh seluruh cabang, ada pula kegiatan promosi yang dikeluarkan murni dari cabang, dan berbeda-beda kegiatannya sesuai dengan kebijakan cabang tersebut.

Setiap kegiatan yang akan dijalankan oleh dua pihak yang berbeda tentu membutuhkan sebuah *project summary* atau proposal kegiatan, dimana proposal ini berisi kegiatan apa yang akan dijalankan, berapa total biaya dan berapa estimasi penjualan yang akan dicapai. Karena setiap kegiatan tersebut perlu mendapat persetujuan dari para pimpinan PT. Indolakto. Proposal-proposal inilah yang akan diolah oleh praktikan sebagai tugas dari *mentor marketing trade* selama melaksanakan kegiatan Praktik Kerja Lapangan. Berikut adalah contoh salah satu proposal kegiatan promosi PT. Indolakto :

**Indofoos**

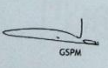
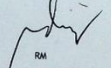
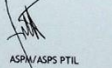


**PROJECT SUMMARY**

No PS : OVDMS20170101  
Tanggal : 03/08/2017

Reff Approval No : -

Tipe Project : A&P - General Sales Reduction Others  
Project Title : PENYELAMATAN  
Periode : 03/08/2017 s/d 31/08/2017  
Waktu Order : 03/08/2017 s/d 31/08/2017  
Area : CABANG MAKASSAR (AREA SORONG)  
Background : 1. Berdasarkan surat dari PTI HO 009/IM/SBP/II/06 tentang penyelamatan produk OPTI di cabang.  
2. Melihat kondisi stock CE, KKM, KID115C, SCIC190, SCIV190 ed. september 2017.  
3. Menjaga hubungan kerja yang baik dengan IJS dengan meminimalkan stock BS di gudang IJS.  
Objective : 1. Mengurangi resiko BS produk Liquid di gudang IJS Sorong.  
2. Menjaga brand image produk.  
Bobot : SLS : 0 X DOW : 0 X IMG : 0 X  
Mekanisme : 1. Program berlaku di End user dan costumer langsung area DW IJS Sorong.  
2. Setiap pembelian kid115c, scic190, sciv190 diberi disc. A. 7.5% dan disc. B 42.5%  
3. Biaya Disc. dilakukan terlebih dahulu oleh PT. IJS diklaim ke PT. IL melalui PT. IAP dengan disertai bukti pendukung.  
Keterangan : ☐ Biaya sudah termasuk budget deal tahunan ☐ Usulan baru Non budget  
☐ Usulan baru termasuk budget ☐ Potong Tagihan ke Distributor ☐ Transfer  
Mekanisme Pembayaran Ke Outlet : ☐ Hari ☐ Potong Tagihan ke Distributor ☐ Transfer  
Beban PPh : ☐ Outlet ☐ Supplier ☐ Transfer  
Mekanisme Claim Dari Distributor : ☐ Trade ☐ Bonus Barang ☐ Transfer  
Biaya ☐ Giro  
Dokumen Pendukung : ☐ Kwitansi ☐ Bukti Pembayaran Restribusi(Billboard dll )  
☐ Faktur Pajak ☐ Foto Obyek(Billboard)  
☐ Surat Kontrak ☐ Proposal Lembar  

PROD ID	NAMA OUTLET	SALES NOTE	COST NOTE	SALES ESTIMASI	COST ESTIMASI	RAT	KDED	UMUR
CE	END USER			20,212,500	8,590,313	42.50	SEPT 17	2,00
KREMER	END USER			5,646,375	2,399,709	42.50	SEPT 17	2,00
KID 115C	END USER			41,998,000	17,849,150	42.50	SEPT 17	2,00
SCIC190	END USER			19,404,000	8,246,700	42.50	SEPT 17	-
SCIV190	END USER			5,292,000	2,249,100	42.50	SEPT 17	-
Total				92,552,875	39,334,972	42.50		

Approved By :  CSMA  RM  ASPM/ASPS PTIL  RM  
Proposed By :  PT.IJS SOQ

**Gambar III. 1**

### **Project Summary PT. Indolakto**

*Sumber : Diambil dari data internal perusahaan*

Praktikan harus menginput data-data dari proposal tersebut ke dalam sistem informasi PT. Indolakto yaitu EASAP. Berikut adalah keterangan dari setiap data yang ada di proposal :

- a. No ps: OVDMKS20170101 Berarti jenis proposal OVD (Over Date) yaitu promosi yang dilakukan jelang tanggal kadaluarsa suatu produk. 20170101 merupakan tanggal dikeluarkannya proposal tersebut.
- b. Tipe project : A&P *General Sales reduction Others* yaitu tipe kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT. Indolakto adalah diskon overdate, yaitu bahwa diskon menjelang tanggal kadaluarsa, lalu diskon *overdate* termasuk kedalam tipe *General Sales Reduction* seperti yang telah dijelaskan praktikan pada bab sebelumnya.
- c. Periode yaitu periode berlangsungnya kegiatan promosi, dalam hal ini ialah periode berlangsungnya diskon jelang tanggal kadaluarsa
- d. Area menunjukan area mana akan dilaksanakan kegiatan ini
- e. Latar Belakang ialah sebab dilakukan kegiatan tersebut
- f. Lalu ditabel menunjukan produk apa saja yang masuk dalam kegiatan promosi ini
- g. Sales estimasi adalah perkiraan penjualan dengan diberlakukannya promosi ini, dan *cost* estimasi adalah perkiraan biaya yang akan dikeluarkan dengan adanya kegiatan ini, sedangkan *ratio* adalah rasio perbandingan antara perkiraan biaya dan penjualan

h. *Approved By* dan *Proposed By* adalah persetujuan dari para pimpinan PT. Indolakto yaitu :

1. GSPM (*General Sales Product Manager*) adalah
2. RM (*Regional Manager*) adalah Manager di setiap titik cabang yang telah ditetapkan PT. Indolakto, dimana titik cabang tersebut membawahi beberapa daerah, seperti yang dijelaskan oleh praktikan pada bab sebelumnya. Contoh : RM (*Regional Manager*) Central 1 membawahi daerah Jakarta 1, Jakarta 2, Jakarta 3, Tangerang, Bekasi, dan Bandung.
3. ASPM (*Area Sales Product Manager*) yaitu manager di masing-masing wilayah titik cabang. Contoh: ASPM wilayah Bekasi ialah manager di wilayah Bekasi, ASPM Tangerang ialah manager di wilayah Tangerang

Ketiga pemimpin PT. Indolakto tersebut berdiskusi tentang adanya kasus yang merupakan latar belakang diadakannya promosi, ketika mereka sepakat untuk dijalankan promosi tersebut yang sesuai dengan proposalnya, lalu proposal disetujui dengan tanda tangan mereka pada proposal tersebut, biaya promosi yang tertera pada proposal sementara akan di tanggung oleh pihak ketiga yaitu PT. Indomarco Adi Prima (PT. IAP) dengan kesepakatan-kesepakatan sebelumnya. Setelah kegiatan yang tertera pada proposal tersebut dijalankan, akan muncul biaya sesungguhnya dari (bukan lagi biaya perkiraan) atas kegiatan promosi yang dilakukan,

biaya sesungguhnya tersebut akan dilaporkan oleh PT. IAP ke PT. Indolakto dengan melampirkan beberapa dokumen. Dokumen-dokumen inilah yang akan di olah oleh praktikan sebagai tugas dari mentor trade marketing.

The screenshot displays the PT. Indolakto (EASAP) system interface. At the top, there's a header bar with 'PT. INDOLAKTO' and 'PT. INDOLAKTO'. Below this, there are fields for 'Document No.' and 'Proposal Date', along with a 'Print PP' button. The main form area is divided into several sections: 'Type' (Domestic), 'Budget' (2017), 'Division', 'Plant', 'Branch', 'Activity', 'SKP No.', 'SKP Date', 'Save Proposal', 'Cancel Proposal', and 'Save as DRAFT'. Below these are sections for 'I. TITLE', 'II. CATEGORY', 'III. PRODUCT', 'IV. FLAVOUR', 'V. PLACE', 'VI. OUTLET TYPE', 'VII. PERIOD', 'VIII. PROGRAM TYPE', 'IX. COST TYPE', 'X. BACKGROUND', and 'XIV. KPI'. At the bottom, there's a 'BUDGET' table with columns for Division, Plant, Category, Brand, Activity, Flavour, Budget to be Approved, and End Budget. Below the table are sections for 'Show Total & Current End Budget', 'Total Cost', 'Use Sales Target', 'TARGET SALES', and 'COST ANALYSIS'.

Division	Plant	Category	Brand	Activity	Flavour	Budget to be Approved	End Budget
Totals :							

TARGET SALES		COST ANALYSIS [Calculate Cost]	
Volume	Pack	Cost Per Pack	Rp
Value	Rp	Cost Ratio	%

**Gambar III.2**

**Sistem informasi PT. Indolakto (EASAP) Kosong**

*Sumber : Diambil dari data internal perusahaan*

Data-data yang praktikan sebutkan pada proposal kegiatan promosi akan di input pada sistem informasi ini sesuai kolom-kolom yang ada. Berikut keterangannya :

- a) *Division* diisi dengan kategori produk yang akan dimasukkan, ada 8 kategori yaitu Butter, Ice Cream, Kental Manis, Susu Bubuk, Susu Cair, Susu PLM, Susu UHT, dan Yoghurt. Pada contoh proposal diatas ada 5 produk yang akan masuk dalam kegiatan promosi ini, yaitu : Cap Enak, Kremer, KID 115 C, SCIC 190, SCIV 190. Praktikan akan memilih Kategori Kental Manis untuk produk Cap enak dan Kremer), Susu UHT untuk produk KID 115 C), dan Susu Cair untuk ptoduk SCIC 190 dam SCI V 190.
- b) *Plant* yaitu pabrik mana yang akan praktikan pilih, ada empat pabrik milik PT. Indolakto yaitu Jakarta, Pandaan, Purwosari, dan Cicurug Susu, dalam hal ini praktikan memilih semua pabrik.
- c) *Branch* adalah daerah diberlakukannya promosi ini, yaitu ada pada kolom Area pada proposal. Area untuk kegiatan ini yaitu Cabang Makassar (Area Sorong), jadi praktikan memilih MKS (Makassar)
- d) *Activity* adalah tipe promosi yang dilakukan, bisa dilihat pada kolom *Tipe Project* pada proposal, dalam hal ini Tipe Projectnya adalah A&P *General Sales Reduction Other*

- e) *Title* diisi dengan No.Ps pada proposal kegiatan yaitu OVDMKS20170101 – (*Project Title* pada proposal, dalam hal ini *project title* nya adalah PENYELAMATAN. Jadi dituliskan OVDMKS20170101 – PENYELAMATAN
- f) Kategori adalah bagian dari *division*, dalam hal ini kental manis ada beberapa bagian lagi yaitu kkm atau SKM, praktikan memilih KKM untuk produk CE dan Kremer. Lalu memilih UHT untuk produk KID 115 C, dan SCI untuk produk SCIC 190, dan SCIV 190.
- g) *Product* bisa dipilih sesuai produk apa yang ada diproposal yaitu Cap Enak, Kremer, dan Indomilk untuk produk SCI C 190, SCI V 190, dan KID 115 C
- h) *Flavour* adalah volume dari masing-masing produk
- i) *Place* yaitu area yang ada pada proposal yaitu Cabang Makassar (Area Sorong)
- j) *Outlet* yaitu toko yang akan dipilih dalam hal ini mentor menentukan outletnya adalah pasar, dan memilih semua pasar jadi kolom ditulis ALL
- k) Periode adalah jangka waktu kegiatan ini berlangsung, sesuai dengan kolom periode yang ada pada proposal yaitu 03/08/17 sampai dengan 31/08/17
- l) *Background* diisi sama persis dengan *title* yaitu OVDMKS20170101 – PENYELAMATAN

m) Pada select proposal workflow diisi dengan HCO/SND

n) Klik *save* proposal

The screenshot displays the PT. Indolacto (EASAP) system interface for creating a proposal. The top navigation bar includes links for HOME, Proposal, Change Password, and Logout. The main header shows the proposal title: "General - Domestic Sales Reduction - Others".

**Proposal Details:**

- SKP No.: [Blank]
- SKP: [Blank]
- Date: [Blank]
- Buttons: Save Proposal, Cancel Proposal, Save as DRAFT
- Total Attachment: 0 File(s)

**Proposal Form Fields:**

- I. TITLE: OVMKS20170101 - PENYELAMATAN
- II. CATEGORY: KKM, SCT, UHT
- III. PRODUCT: CAP ENAAK, INDOMILK, KREMER
- IV. FLAVOUR: Plain-Can-385 g, Plain-Can-375g, Choco-Tetra Brix-115 ml, Choco-Bottle-190 ml
- V. PLACE: CABANG MAKASSAR (AREA SORONG)
- VI. OUTLET TYPE: PASAR
- OUTLET: ALL
- VII. PERIOD: 03/Aug/2017 to 31/Aug/2017, 32 to 36
- VIII. PROGRAM TYPE: Trade Promo - Disc PO
- IX. COST TYPE: Cabang
- X. BACKGROUND: OVMKS20170101 - PENYELAMATAN

**BUDGET:** Refresh Budget Grid (Warning: Remove Budget Tabs Approved value)

Division	Plant	Category	Brand	Activity	Flavour	Budget to be Approved	End Budget
KENTAL MAN	CICURUG SL	KKM	CAP ENAAK	41113 General - Domestic	Plain-Can-3	8.580.313	-1.376.145.604
KENTAL MAN	CICURUG SL	KKM	KREMER	41113 General - Domestic	Plain-Can-3	2.399.709	-116.777.937
KENTAL MAN	JAKARTA	KKM	CAP ENAAK	41113 General - Domestic	Plain-Can-3	0	-1.233.127.288
KENTAL MAN	JAKARTA	KKM	KREMER	41113 General - Domestic	Plain-Can-3	0	-237.159.288
KENTAL MAN	PURWOSAR	KKM	CAP ENAAK	41113 General - Domestic	Plain-Can-3	0	-963.471.448
KENTAL MAN	PURWOSAR	KKM	KREMER	41113 General - Domestic	Plain-Can-3	0	-89.095.104
SUSU CAIR	JAKARTA	SCI	INDOMILK	41113 General - Domestic	Choco-Bottle	8.246.700	-1.631.906.770
SUSU CAIR	JAKARTA	SCI	INDOMILK	41113 General - Domestic	Vanilla-Bottle	2.249.100	-1.631.906.770
SUSU CAIR	PANDAAN	SCI	INDOMILK	41113 General - Domestic	Choco-Bottle	0	-708.094.688
SUSU CAIR	PANDAAN	SCI	INDOMILK	41113 General - Domestic	Vanilla-Bottle	0	-708.094.688
SUSU CAIR	PURWOSAR	SCI	INDOMILK	41113 General - Domestic	Choco-Bottle	0	-329.877.840
SUSU CAIR	PURWOSAR	SCI	INDOMILK	41113 General - Domestic	Vanilla-Bottle	0	-329.877.840
SUSU UHT	CICURUG SL	UHT	INDOMILK	41113 General - Domestic	Choco-Tetra	17.849.150	-6.336.523.852
SUSU UHT	PURWOSAR	SCI	INDOMILK	41113 General - Domestic	Choco-Bottle	0	-329.877.840
<b>Totals:</b>						<b>2.210.880</b>	<b>-2.569.879.696</b>

**Show Total & Current End Budget:**

Category	Brand	Budget to be Approved	Balance
SCI	INDOMILK	2.210.880	27.671.331.457
<b>Totals:</b>		<b>2.210.880</b>	<b>27.571.331.457</b>

**Total Cost:** 2.210.880

☒ **Use Sales Target**

**TARGET SALES**

Volume: [Blank] Pack  
Value: 4.707.000 Rp

**COST ANALYSIS [Calculate Cost]**

Cost Per Pack: Infinity Rp  
Cost Ratio: 46,97 %

**WORKFLOW SECTION**

Select Proposal Workflow: HCO/SND Refresh Workflow

**WORKFLOW**

[SELECT A WORKFLOW]

No	AppRule	PT	AppRule	Name	Position	ID Review
1	None	PT	None	Wahyu Eko	Marketing	

**REVIEW BY**

... WORKFLOW NOT FOUND

Attach File: [Blank]  
List Attachment File: Refresh File

Buttons: Browse, Upload File...

**Gambar III. 3**

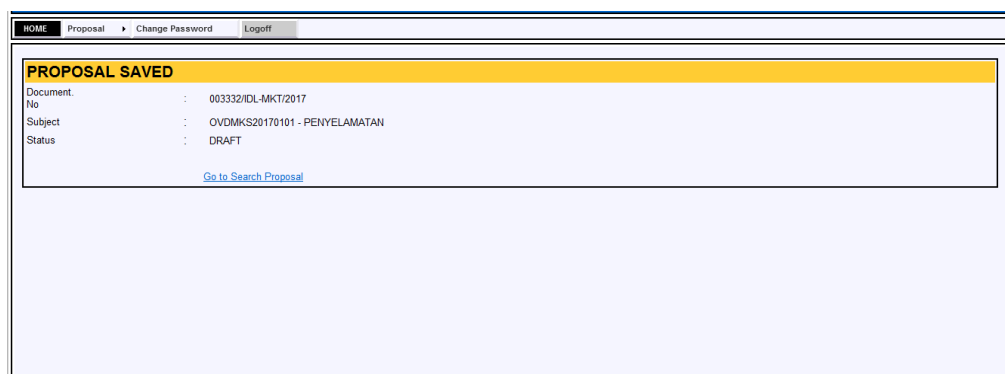
**Sistem informasi PT. Indolacto (EASAP)**

**yang telah diisi data proposal**

*Sumber: diambil dari data internal perusahaan*



- o) Pada kolom *budget* diisi dengan *cost* estimasi masing-masing produk sesuai proposal.
- p) Pada target sales di kolom *value* diisi dengan total sales estimasi yang tertera di proposal
- q) Pada select proposal workflow diisi dengan HCO/SND



- r) Klik *save* proposal

### Gambar III.4

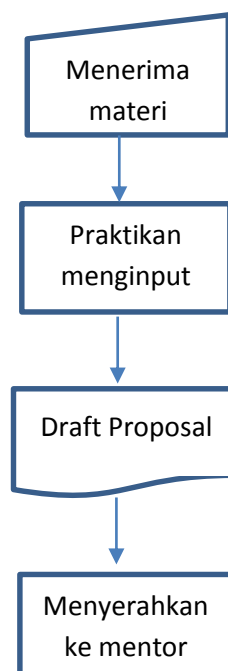
#### ***Project Summary*** tersimpan

*Sumber: Diambil dari data internal perusahaan*

Setiap *outlet* pada masing-masing cabang memiliki biaya promosi yang ditentukan oleh PT. Indolakto selama kurun waktu setahun, dan setiap kegiatan promosi yang dilakukan akan mengurangi jatah biaya promosi mereka. Contoh: jika praktikan mengambil angka acak yaitu biaya promosi outlet 1 milyar dalam kurun waktu satu tahun, dengan praktikan menginput proposal kegiatan, biaya promosi pada cabang tersebut akan berkurang.

Oleh karena itu pada tiap kegiatan promosi, estimasi biaya dan estimasi penjualan harus lebih dulu disetujui oleh divisi *Trade*

*Marketing* sebagai mentor dari praktikan. Setelah biaya disetujui dan kegiatan promosi dijalankan. Setelah itu timbul biaya sesungguhnya, biaya sesungguhnya pun akan dimonitor oleh *Trade Marketing*, apakah biaya tersebut sesuai atau tidak dengan estimasi yang dibuat pada proposal. Jika tidak sesuai bahkan ada selisih terlalu jauh, tentu akan memberikan nilai kurang baik bagi para pimpinan di *outlet* tersebut, karena promosi tidak menghasilkan penjualan yang signifikan sesuai rencana, dan akan ditelaah apa yang menyebabkan angka penjualan berselisih jauh dibawah ataupun diatas estimasi.



**Gambar III. 5**  
**Flowchart Project Summary**

*Sumber : Diolah sendiri oleh praktikan*

Tugas ini memberikan pengalaman pribadi bagi praktikan yaitu untuk membuat suatu program promosi diperlukan

perhitungan perkiraan biaya yang akan dikeluarkan dan perkiraan keuntungan yang akan didapat, dan hal tersebut dapat dimasukkan ke dalam *project summary* atau proposal kegiatan promosi.

## 2. Merekap surat klaim PT. IAP

Kegiatan promosi yang sudah di setuju oleh beberapa pimpinan utama PT. Indolakto dapat langsung dijalankan. Biaya promosi tersebut sementara di tanggung oleh pihak ketiga yaitu PT. Indomarco Adi Prima (PT. IAP) seperti penjelasan praktikan sebelumnya. Setelah kegiatan berlangsung, akan muncul biaya sebenarnya.

**Tabel III. 1**  
**Lembar Biaya pada Surat Klaim PT. IAP**

**PT.**  
**INDOLAKTO**

PERINCIAN KLAIM EXPENSE  
No. 3250/CLAIM/JKT2/VI/17/HCO

No.	Cabang	No. CCD	Tgl. CCD	No. SAP	Keterangan	Jumlah
1	Jakarta 2	3388/BBK	19-Jun-17	157106497	By. Support Listing di Family Mart	1,540,000
2	Jakarta 2	2289/BBK	19-Jun-17	157106497	By. Support New Item di Family Mart	110,000,000
				<b>TOTAL</b>		<b>111,540,000</b>

*Sumber : Data diolah oleh praktikan*

Biaya sebenarnya tersebut yang akan diklaim oleh PT. IAP kepada PT. Indolakto, untuk mengetahui besarnya seluruh biaya yang telah diklaim dalam jangka waktu satu bulan, PT. Indolakto merekap biaya-biaya tersebut ke dalam suatu data pada Microsoft Excel, dan mentor *Trade Marketing* menugaskan praktikan untuk merekap biaya tersebut.

Penjelasan dari surat klaim tersebut adalah pada tanggal 19 Juni 2017 telah terjadi kegiatan promosi yaitu *support listing* dan *new item* di Family Mart. *Support listing* yaitu biaya yang dikeluarkan untuk menyewa rak di sebuah *modern trade* untuk menempatkan produk-produk PT. Indolakto, sedangkan biaya *support new item* adalah biaya yang dikeluarkan untuk bisa mendisplay produk baru yang diluncurkan

No	No.SK	No.CCD	Tanggal CCD	Keterangan	Rupiah
1	2564	2503/BBK	15-May-17	By. Instore promo 01/05 - 31/05/17 indogrosir	55,000,000
2	3112	3097/BBK	9-Jun-17	By. Instore promo 01/06 - 30/06/17 Indogrosir	55,000,000
3	3112	3098/BBK	9-Jun-17	By.Hamper 05/05 - 29/06/17 Indogrosir	132,000,000
4	3123	3137/BBK	9-Jun-17	By.Gondola End 15/06 - 26/07/17 LSI	137,499,984
5	3115	3106/BBK	9-Jun-17	By. Block Shelving 01/04 - 30/06/17 Alfamart	3,577,230,678

**Tabel III. 2**  
**Hasil Rekap Biaya pada Surat Klaim PT. IAP**

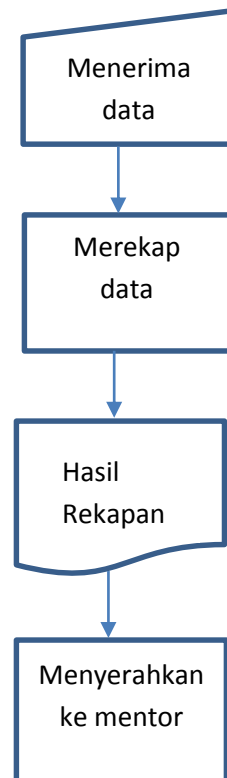
*Sumber : Data diolah oleh praktikan*

PT. Indolakto di *modern trade*. Biaya tersebut muncul karena kegiatan sudah dijalankan. Perhatikan Tabel III.2 yaitu hasil rekap biaya pada surat klaim PT. IAP.

Hasil rekapan tersebut berguna untuk mengetahui jumlah biaya yang telah dikeluarkan oleh PT. Indolakto dalam melaksanakan kegiatan promosi, juga berguna untuk mengetahui jumlah biaya yang telah diklaim PT. IAP dalam periode satu bulan. Setelah praktikan merekao biaya tersebut, praktikan menyerahkan hasil rekapan kepada

Mentor *Trade Marketing*. Berikut flowchart merekap biaya surat klaim PT. IAP.

Tugas ini menjadi *personal experience* bagi praktikan karena bisa membuat rekapan biaya dari beberapa surat klaim PT. IAP.



**Gambar III. 6**  
**Flowchart Merekap Biaya Surat Klaim PT. IAP**

*Sumber : Data diolah oleh praktikan*

Hal ini juga memberikan pengetahuan baru bagi praktikan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan dapat ditanggung dahulu oleh perusahaan lain, setelah kegiatan dilaksanakan barulah biaya tersebut di klaim dan dibayar kemudian oleh perusahaan tersebut.

### 3. Mengganti surat klaim yang fotokopi dengan surat klaim yang asli

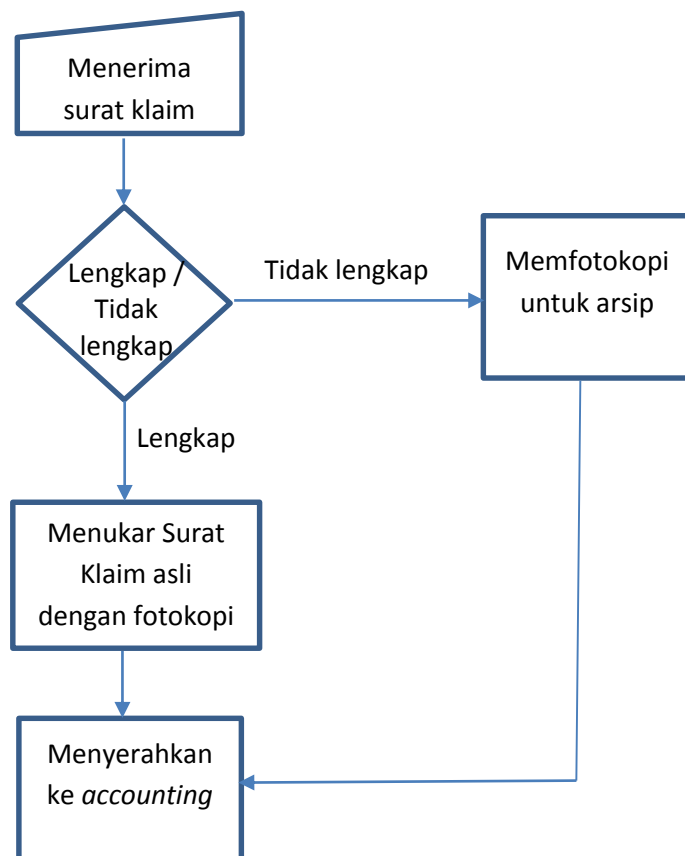
Seperti penjelasan praktikan sebelumnya, biaya pada kegiatan promosi yang dilakukan oleh setiap *general trade* ditanggung terlebih dahulu oleh pihak ketiga yaitu PT. Indomarco Adi Prima (IAP). Setelah kegiatan dilakukan, muncul biaya sebenarnya, biaya tersebut akan diklaim oleh PT. IAP ke PT. Indolakto. Mekanisme pengklaiman biaya tersebut harus melalui verifikasi dokumen berupa :

- a. Proposal Kegiatan Promosi
- b. SKP (Surat Konfirmasi Program)
- c. Kwitansi disertai materai
- d. Scan bukti penjualan
- e. Faktur pajak
- f. *Mailer*

Setelah dokumen sudah lengkap, PT. IAP memberikan dokumen tersebut ke divisi pemasaran PT. Indolakto berupa fotokopi untuk ditandatangani oleh pimpinan PT. Indolakto, dan memberikan dokumen asli kepada cabang Jakarta 2 untuk di verifikasi. Setelah dokumen telah terverifikasi oleh cabang Jakarta 2, dokumen asli tersebut diberikan dari Cabang Jakarta 2 ke PT. Indolakto, dan PT. Indolakto menukar dokumen fotokopi dengan dokumen asli lalu diserahkan ke divisi *accounting* untuk dicatat dalam pembukuan kas keluar atas biaya klaim yang telah dikeluarkan.

Dalam hal ini, praktikan ditugaskan untuk merapikan dokumen-dokumen tersebut sesuai dengan tanggal, bulan dan tahunnya. Setelah itu, praktikan harus mengganti surat klaim ifotokopy didalam arsip dokumen PT. Indolakto dan mengganti surat klaim fotocopy yang telah diantar oleh Cabang Jakarta 2 agar bisa diberikan pada divisi *accounting*.

Banyaknya kegiatan promosi yang dilakukan oleh seluruh cabang membuat dokumen tersebut terus bertambah sehingga ada beberapa dokuman asli yang tidak ditemukan,



**Gambar III. 7**

**Flowchart Mengganti Surat Klaim Asli dengan Fotokopi**

*Sumber : Data diolah oleh praktikan*

padahal Cabang Jakarta 2 mengaku telah mengantarkan dokumen asli tersebut ke PT. Indokakto. Di sisi lain, divisi *accounting* harus segera menginput data pada dokumen tersebut ke dalam pembukuan kas keluar. Oleh karena itu, dokumen difotokopi menjadi dua rangkap untuk disimpan oleh *Mentor Marketing Trade*, hal ini dilakukan sebagai bukti jika suatu saat dokumen asli telah ditemukan. Setelah difotokopi, dokumen semula akan diberikan ke divisi *accounting*. Dalam hal ini, *Mentor Trade Marketing* menugaskan praktikan untuk mencari dokumen asli yang telah diterima dari Cabang Jakarta 2 dan dicocokkan dengan dokumen fotokopi yang ada di PT. Indolakto sesuai tanggal yang tertera.

Jika dokumen asli tidak ditemukan padahal terdapat surat konfirmasi pengiriman dari Cabang Jakarta 2, praktikan perlu memfotokopi dokumen tersebut menjadi dua rangkap, rangkap pertama diberikan untuk *Mentor Trade Marketing* dan rangkap kedua diserahkan pada divisi *accounting*. Gambar III.9 adalah flowchart mengganti surat klaim asli dengan fotokopi.

### **C. Kendala Yang Dihadapi**

Selama melaksanakan PKL, praktikan mengalami berbagai kendala pada beberapa kegiatan. Berikut ini merupakan kendala yang bisa praktikan uraikan.

1. Kesulitan saat menginput data proposal pada Sistem Informasi EASAP. Produk yang cukup banyak pada sistem informasi, sedangkan



pada proposal tidak dituliskan rincian kategori dan volume produknya membuat praktikan tidak dapat menghapal dengan cepat kategori produk pada sistem informasi tersebut. Untuk dapat dimasukkan dalam kategori Susu Kental Manis (SKM), Krimer Kental Manis (KKM), UHT, SCI (Susu Cair Indomilk), ataupun SB (Susu Bubuk) beserta volume dari masing-masing produk guna di isi pada kolom *Flavour*.

2. Koneksi internet dari kabel PT. Indolakto yang sering tidak stabil menghambat proses penginputan data proposal ke sistem informasi EASAP.

#### **D. Cara Mengatasi Kendala**

Dari adanya kendala yang telah diuraikan diatas, praktikan mencoba mensiasati bagaimana meminimalisir dari kendala yang ada. Berikut ini beberapa cara yang praktikan lakukan untuk mengatasi kendala:

1. Praktikan berkonsultasi dengan Mentor *Marketing Trade* mengenai banyaknya kategori produk dan volume dari masing-masing produk yang tidak dicantumkan pada proposal. Kemudian Mentor *Marketing Trade* memberikan daftar produk lengkap sesuai kategori dan volumenya.
2. Untuk mengatasi permasalahan pada lambatnya koneksi internet, praktikan mensiasati dengan menggunakan komputer karyawan yang sedang tidak hadir.

## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Setelah praktikan melaksanakan PKL selama dua bulan di PT. Indolakto, maka praktikan mencoba menarik beberapa kesimpulan. Berikut beberapa kesimpulan yang diperoleh praktikan setelah melaksanakan PKL:

4. Meningkatkan wawasan mengenai gambaran dunia kerja yang sebenarnya pada PT. Indolakto, yaitu:
  - a. Kedisiplinan waktu saat bekerja.
  - b. Memperlancar arus komunikasi dengan sesama rekan kerja dan atasan
5. Mengetahui kegiatan promosi yang dilakukan PT. Indolakto, yaitu:
  - a. *Advertising* (melalui televisi, *filler*, dan sosial media).
  - b. *Sales promotion* (*general sales reduction other* berupa pemberian diskon, *selling expense other* berupa pemberian hadiah langsung untuk konsumen, *display expense* berupa sewa rak di supermarket untuk penempatan produk, *sponsorship* berupa pemberian materi pendukung kepada pihak lain untuk publisitas merek Indomilk).
  - c. *Personal selling* (*consumer promotion/sampling* berupa *Sales Promotion Girl* menawarkan produk secara langsung kepada konsumen).
6. Praktikan memperoleh pengetahuan, wawasan dan keterampilan dalam hal mengarsipkan dokumen, dengan cara mengurutkan sesuai tanggal, bulan, dan tahun yang terbaru agar memudahkan saat diproses.

## B. Saran

Saran – saran yang hendak praktikan sampaikan kepada perusahaan tempat praktikan melakukan Praktik Kerja Lapangan yaitu PT. Indolakto dan Universitas Negeri Jakarta, sehingga dapat dijadikan acuan untuk perbaikan bagi pihak-pihak terkait. Adapun beberapa saran yang dapat praktikan berikan pada perusahaan antara lain:

1. PT. Indolakto dapat meningkatkan kapasitas *bandwith* agar koneksi pada internet tidak lemot, sehingga mempercepat pekerjaan.
2. Divisi sales agar lebih sederhana dalam mekanisme pemberian surat klaim dari PT. IAP kepada PT. Indolakto, tidak perlu memberikan surat klaim asli ke cabang Jakarta 2 dan memberikan surat klaim fotokopi ke PT. Indolakto, melainkan langsung memberikan surat klaim asli ke PT. Indolakto saja agar tidak perlu mengganti surat klaim asli dengan fotokopi untuk meminimalisir surat tersebut hilang atau surat tidak ditemukan.

## DAFTAR PUSTAKA

PT. Indolakto, HRD. *Sejarah, Visi, dan Misi PT. Indolakto*, 2017  
(didapat tanggal 17 Juli 2017, pukul 14.50)

PT. Indolakto, Produk PT. Indolakto. 2017  
<http://www.indomilk.com/> dan  
<http://www.indofood.com/product/Dairy> (diakses pada 1 Agustus 2017,  
pukul 15.00)

Hajat, Nurahma, dkk. *Pedoman Praktik Kerja Lapangan*. Jakarta: Fakultas  
Ekonomi Universitas Negeri Jakarta, 2012.

## Lampiran 1 : Surat Permohonan PKL



*Building  
Future  
Leaders*

### KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180  
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486  
Laman : [www.unj.ac.id](http://www.unj.ac.id)

Nomor : 1233/UN39.12/KM/2017  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Praktek Kerja Lapangan

4 Juli 2017

Yth. HRD Head Office PT. Indaakto  
Jl. Raya Bogor, Jakarta

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Santi Wulandari  
Nomor Registrasi : 8223154377  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 081380325523

Untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan yang diperlukan dalam rangka memenuhi tugas mata kuliah pada tanggal 10 Juli s.d. 31 Agustus 2017.

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi D3 Manajemen Pemasaran

## Lampiran 2 : Daftar Hadir PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.fe.unj.ac.id



### DAFTAR HADIR PRAKTEK KERJA LAPANGAN ..... SKS

Nama : SANTI WULANDARI  
No. Registrasi : 8223154377  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. Indolaktto  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Bogor KM 26,6  
Pondok Aren, Jakarta Timur 13710 / 021-8710211

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 10 Juli 2017	1.	09.00 - 17.00
2.	Selasa / 11 Juli 2017	2.	08.00 - 17.00
3.	Rabu / 12 Juli 2017	3.	08.00 - 17.00
4.	Kamis / 13 Juli 2017	4.	08.00 - 17.00
5.	Jum'at / 14 Juli 2017	5.	08.00 - 17.00
6.	Senin / 17 Juli 2017	6.	08.00 - 17.00
7.	Selasa / 18 Juli 2017	7.	08.00 - 17.00
8.	Rabu / 19 Juli 2017	8.	08.00 - 17.00
9.	Kamis / 20 Juli 2017	9.	08.00 - 17.00
10.	Jum'at / 21 Juli 2017	10.	08.00 - 17.00
11.	Senin / 24 Juli 2017	11.	08.00 - 17.00
12.	Selasa / 25 Juli 2017	12.	08.00 - 17.00
13.	Rabu / 26 Juli 2017	13.	08.00 - 17.00
14.	Kamis / 27 Juli 2017	14.	08.00 - 17.00
15.	Jum'at / 28 Juli 2017	15.	08.00 - 17.00
16.	Senin / 31 Juli 2017	16.	08.00 - 17.00

Jakarta, 31 Juli 2017  
Penilai,

**PT.INDOLAKTO**

ACHYUL SUPRAYITNO

Catatan :  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Faks: (021) 4706285  
Laman: www.fe.unj.ac.id



DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Santi Wulandari  
No. Registrasi : 822304377  
Program Studi : Manajemen Pendidikan  
Tempat Praktik : Pindolay  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Bogor km. 26.4  
Jakarta Timur

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Senin / 1 Agustus 2017	1. [Signature]	08.00 - 17.00
2.	Rabu / 2 Agustus 2017	2. [Signature]	08.00 - 17.00
3.	Kamis / 3 Agustus 2017	3. [Signature]	08.00 - 17.00
4.	Jumat / 4 Agustus 2017	4. [Signature]	08.00 - 17.00
5.	Senin / 7 Agustus 2017	5. [Signature]	08.00 - 17.00
6.	Selasa / 8 Agustus 2017	6. [Signature]	08.00 - 17.00
7.	Rabu / 9 Agustus 2017	7. [Signature]	08.00 - 17.00
8.	Kamis / 10 Agustus 2017	8. [Signature]	08.00 - 17.00
9.	Jumat / 11 Agustus 2017	9. [Signature]	08.00 - 17.00
10.	Senin / 14 Agustus '17	10. [Signature]	08.00 - 17.00
11.	Selasa / 15 Agustus '17	11. [Signature]	08.00 - 17.00
12.	Rabu / 16 Agustus '17	12. [Signature]	08.00 - 17.00
13.	Jumat / 18 Agustus '17	13. [Signature]	08.00 - 17.00
14.	Senin / 21 Agustus '17	14. [Signature]	08.00 - 17.00
15.	Selasa / 22 Agustus '17	15. [Signature]	08.00 - 17.00

Jakarta, 22 Agustus 2017  
Penilai,

PT. INDO KAYO  
Achya Satriy (bnp)

Catatan:  
Format ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



Building  
Future  
Leaders

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220

Telpon (021) 4721 221/4706285, Fax: (021) 4706285

Laman: www.fe.unj.ac.id



ISO 9001:2008 CERTIFIED  
CERTIFICATE NO:  
JABATAN: 01

DAFTAR HADIR  
PRAKTEK KERJA LAPANGAN  
..... SKS

Nama : Santi Wulandari  
No. Registrasi : 822354377  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. Indomakto  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Bogor Km 26,6  
Pakareja Timur 13710/021-8710211

NO	HARI/TANGGAL	PARAF	KETERANGAN
1.	Rabu / 23 Agustus '17	1. ....	
2.	Kamis / 24 Agustus '17	2. ....	
3.	Jumat / 25 Agustus '17	3. ....	
4.	Senin / 28 Agustus '17	4. ....	
5.	Selasa / 29 Agustus '17	5. ....	
6.	Rabu / 30 Agustus '17	6. ....	
7.	Kamis / 31 Agustus '17	7. ....	
8.		8. ....	
9.		9. ....	
10.		10. ....	
11.		11. ....	
12.		12. ....	
13.		13. ....	
14.		14. ....	
15.		15. ....	

Jakarta, 31 Agustus 2017  
Penilai,

P.T. INDOMAKTO  
(Achmad Suprayitno)

Catatan :  
Formulir ini dapat diperbanyak sesuai kebutuhan  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan



## Lampiran 3 : Penilaian PKL



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI  
Kampus Universitas Negeri Jakarta Gedung R, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon (021) 4721227/4706285, Fax: (021) 4706285  
Laman: www.fe.unj.ac.id



### PENILAIAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN PROGRAM DIPLOMA III ..... SKS

Nama : SANTI WULANDARI  
No.Registrasi : 8223154333  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Tempat Praktik : PT. Indolakt  
Alamat Praktik/Telp : Jl. Raya Bogor KM. 26,6  
Jakarta timur 13710 / 021- 8710211

NO	ASPEK YANG DINILAI	SKOR 46-100	KETERANGAN
1	Kehadiran	90	1. Keterangan Penilaian :  Skor    Nilai    Bobot 86-100    A        4 81-85     A-        3,7 76-80     B+        3,3 71-75     B         3,0 66-70     B-        2,7 61-65     C+        2,3 56-60     C         2,0 51-55     C-        1,7 46-50     D         1
2	Kedisiplinan	90	
3	Sikap dan Kepribadian	90	
4	Kemampuan Dasar	88	
5	Ketrampilan Menggunakan Fasilitas	88	
6	Kemampuan Membaca Situasi dan Mengambil Keputusan	85	2. Alokasi Waktu Praktik :  2 sks : 80-160 jam kerja efektif (2 Minggu s.d 1 bulan)  Nilai Rata-rata :
7	Partisipasi dan Hubungan Antar Karyawan	87	<div><div>885 = 88,5</div><div>10 (sepuluh)</div></div> Nilai Akhir :
8	Aktivitas dan Kreativitas	87	
9	Kecepatan Waktu Penyelesaian Tugas	90	
10	Hasil Pekerjaan	90	
	Jumlah	885	

Jakarta, 31 Agustus 2017  
Penilai,

*[Signature]*  
PT. INDOLAKTO

Catatan :  
Mohon legalitas dengan membubuhi cap Instansi/Perusahaan

## Lampiran 4 : Surat Balasan PKL

**PT INDOLAKTO**

***Indofood*CBP**

Jakarta, 31 Agustus 2017

NO : SKE 355 / HRDIV / HO / VIII / 2017  
Kepada : Ketua Program Study Manajemen Pemasaran  
Universitas Negeri Jakarta (UNJ)  
Perihal : Praktek Kerja Lapangan

Melalui surat ini kami bermaksud untuk menginformasikan bahwa mahasiswa atas nama,

Nama : Santi Wulandari  
NPM : 8223154377

Telah menyelesaikan program Praktek Kerja Lapangan (PKL) terhitung mulai 10 Juli 2017 s/d  
31 Agustus 2017 pada Divisi Marketing, Departemen Trade Marketing.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Terimakasih.

  
**PT INDOLAKTO**  
**Noveaty Mayanoelah**  
Learning & Development Manager

Head Office  
Jl. Raya Bogor Km. 26,6 Jakarta 13710  
PO. Box 2531 Jakarta 10001  
Indonesia

Telex. 48255 INDOMK 1A  
T. +6221 871 0211  
F. +6221 871 0404  
www.Indofood.co.id

a subsidiary of.  
**Indofood**  
THE SYMBOL OF QUALITY FOODS

### Lampiran 5: Tabel Kegiatan PKL

NO	Tanggal		Kegiatan
1	Senin	10 Juli 2017	Menemui pihak HRD, pengenalan dengan seluruh karyawan.
2	Selasa	11 Juli 2017	Penjelasan struktur organisasi dan <i>jobdesk</i> divisi pemasaran, <i>sales</i> , dan <i>marketing trade</i>
3	Rabu	12 Juli 2017	Penjelasan tugas-tugas
4	Kamis	13 Juli 2017	Menerima arsip surat klaim (SK) <i>High Chain Outlet</i> (HCO), merekap SK HCO
5	Jumat	14 Juli 2017	Merekap SK HCO
6	Senin	17 Juli 2017	Mengikuti program <i>induction</i> oleh HRD
7	Selasa	18 Juli 2017	Menerima SK HCO, merekap SK HCO
8	Rabu	19 Juli 2017	Memberikan hasil rekap ke mentor, mendapat evaluasi dari mentor
9	Kamis	20 Juli 2017	Merekap SK HCO, memberikan hasil rekapan ke mentor
10	Jumat	21 Juli 2017	Penjelasan <i>Project Summary</i> , Penjelasan <i>EASAP</i>
11	Senin	24 Juli 2017	Pelatihan menginput <i>Project Summary</i> oleh karyawan
12	Selasa	25 Juli 2017	Merekap SK HCO, menginput <i>Project Summary</i> oleh karyawan
13	Rabu	26 Juli 2017	Rapat
14	Kamis	27 Juli 2017	Memfotokopi berkas, menginput <i>Project Summary</i> oleh karyawan
15	Jumat	28 Juli 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas
16	Senin	31 Juli 2017	Membuka dan mentreples berkas, mengganti surat klaim asli dan fotokopi

17	Selasa	1 agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, mengganti surat klaim asli dan fotokopi
18	Rabu	2 Agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas, menginput proposal
19	Kamis	3 Agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas, menginput proposal
20	Jumat	4 Agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas, menginput proposal
21	Senin	7 Agustus 2017	Menginput proposal
22	Selasa	8 Agustus 2017	Menginput proposal, Menyerahkan draft proposal ke mentor
23	Rabu	9 Agustus 2017	Menginput proposal
24	Kamis	10 Agustus 2017	Menginput proposal
25	Jumat	11 Agustus 2017	Menginput proposal
26	Senin	14 Agustus 2017	Rapat
27	Selasa	15 Agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas, menginput proposal
28	Rabu	16 Agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas, menginput proposal
29	Kamis	17 Agustus 2017	<b>LIBUR</b>
30	Jumat	18 Agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas,
31	Senin	21 Agustus 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas,
32	Selasa	22 Agustsu 2017	Membuka dan mentreples berkas, memfotokopi berkas, menyerahkan ke divisi keuangan
33	Rabu	23 Agustus 2017	Rapat dengan cabang Jakarta 2, mencocokkan berkas
34	Kamis	24 Agustus 2017	Menginput Proposal, bertanya pada mentor
35	Jumat	25 Agustus 2017	Menginput Proposal, meminta data terkait laporan PKL
36	Senin	28 Agustus 2017	Menginput Proposal, meminta

			data terkait laporan PKL
37	Selasa	29 Agustus 2017	Mengumpulkan Konten
38	Rabu	30 Agustus 2017	Menginput Proposal, meminta data terkait laporan PKL
39	Kamis	31 Agustus 2017	Menginput Proposal, mempresentasikan laporan PKL pada HRD